



The header of the JurnalPost website features a dark navigation bar with white text. On the left are links to 'Home', 'About Us', 'Redaksi', 'Media Kit', and 'Kebijakan'. In the center is the 'JurnalPost' logo. On the right are a search bar with placeholder 'Mencari...', a magnifying glass icon, and a 'TOPICS' dropdown menu.

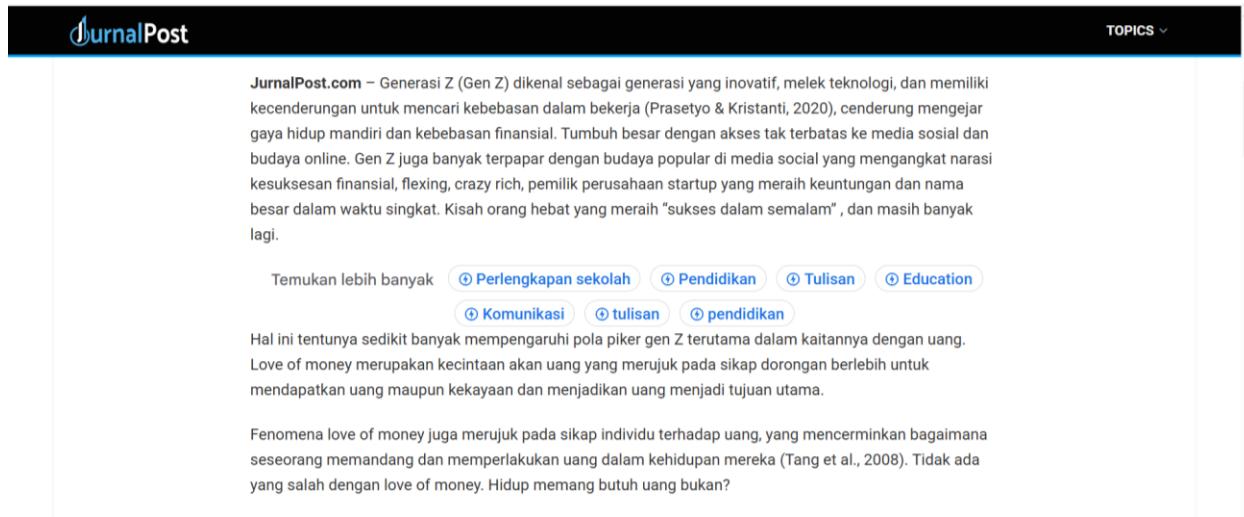
Beranda » LOVE OF MONEY & PILIHAN KARIER GEN Z

LOVE OF MONEY & PILIHAN KARIER GEN Z

Editor [Redaksi](#) — 10 Desember 2025 in Artikel

Penulis :

Alessia Lirion (Mahasiswa Fakultas Psikologi – UNTAR)
Vanessa Aurellia (Mahasiswa Fakultas Psikologi – UNTAR)
Isranifa Mashliha (Mahasiswa Fakultas Psikologi – UNTAR)
Meike Kurniawati (Dosen Fakultas Psikologi – UNTAR)



JurnalPost.com – Generasi Z (Gen Z) dikenal sebagai generasi yang inovatif, melek teknologi, dan memiliki kecenderungan untuk mencari kebebasan dalam bekerja (Prasetyo & Kristanti, 2020), cenderung mengejar gaya hidup mandiri dan kebebasan finansial. Tumbuh besar dengan akses tak terbatas ke media sosial dan budaya online. Gen Z juga banyak terpapar dengan budaya popular di media sosial yang mengangkat narasi kesuksesan finansial, flexing, crazy rich, pemilik perusahaan startup yang meraih keuntungan dan nama besar dalam waktu singkat. Kisah orang hebat yang meraih "sukses dalam semalam", dan masih banyak lagi.

Temukan lebih banyak [Perlengkapan sekolah](#) [Pendidikan](#) [Tulisan](#) [Education](#) [Komunikasi](#) [tulisan](#) [pendidikan](#)

Hal ini tentunya sedikit banyak mempengaruhi pola pikir gen Z terutama dalam kaitannya dengan uang. Love of money merupakan kecintaan akan uang yang merujuk pada sikap dorongan berlebih untuk mendapatkan uang maupun kekayaan dan menjadikan uang menjadi tujuan utama.

Fenomena love of money juga merujuk pada sikap individu terhadap uang, yang mencerminkan bagaimana seseorang memandang dan memperlakukan uang dalam kehidupan mereka (Tang et al., 2008). Tidak ada yang salah dengan love of money. Hidup memang butuh uang bukan?

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu dengan tingkat love of money yang tinggi cenderung memiliki motivasi lebih besar untuk mencapai keberhasilan finansial, termasuk dalam bidang kewirausahaan (Ding, 2021). Dalam konteks Generasi Z, yang sering dikaitkan dengan ambisi finansial dan keinginan untuk memperoleh penghasilan secara mandiri, love of money dapat menjadi salah satu faktor penting yang mendorong mereka untuk terjun ke dunia usaha (Huang & Wang, 2022).

Fenomena ini semakin relevan di tengah meningkatnya kesadaran akan pentingnya kemandirian finansial di kalangan Gen Z, yang sering kali merasa tidak ingin bergantung pada pekerjaan konvensional atau pihak lain (Firdausi et al 2024). Namun demikian, love of money juga dapat membawa dampak negatif jika tidak dikelola dengan baik, seperti perilaku konsumtif berlebihan atau fokus yang terlalu besar pada keuntungan materiil tanpa mempertimbangkan nilai-nilai etika (Amalina et al., 2020).

[Perlengkapan sekolah](#) [pendidikan](#)

Dalam konteks berwirausaha, love of money dapat menjadi dilema. Di satu sisi, kecintaan terhadap uang dapat memotivasi individu untuk menciptakan inovasi, mengambil risiko, dan bekerja keras demi mencapai tujuan finansial (Amalina et al., 2020). Sikap ini tentunya diperlukan untuk mencapai kesuksesan berwirausaha. Di sisi lain, love of money yang berlebihan dapat membuat Gen Z terlalu fokus pada keuntungan semata, mengabaikan aspek etika bisnis, keberlanjutan, dan keseimbangan hidup. Terlalu fokus dengan uang juga dapat menghambat inovasi dan pengambilan resiko, dua hal penting yang seharusnya dimiliki wirausahawan (Lau et al., 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Lirion, Aurellia et al (2025) tentang Pengaruh Love of Money Terhadap Minat Gen Z dalam berwirausaha menemukan bahwa kecintaan terhadap uang merupakan faktor psikologis yang berhubungan yang berpengaruh kuat & signifikan dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z. Semakin besar rasa cinta seseorang terhadap uang, semakin besar kemungkinannya untuk memilih karier sebagai wirausahawan

Cinta terhadap uang adalah dua sisi mata uang. Mau sisi yang mana tergantung pilihan masing-masing individu.

