

STRATEGI SIDE HUSTLE DAN PEMANFAATAN DIGITAL DALAM MENCAPAI KEMANDIRIAN FINANSIAL PADA GENERASI Z DI JAWA TIMUR

Stevani Armanda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
sstevani150@gmail.com

Mohammad Suyanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
suyanto@untag-sby.ac.id

ABTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui suatu kedalaman peran *side hustle* yang dilakukan generasi z dalam mencapai kemandirian finansial di era digital dan pemanfaatan media digital, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara informan yang secara langsung sedang melakukan bisnis sampingan atau *side hustle*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama generasi z melakukan pekerjaan sampingan yaitu dapat memiliki penghasilan tambahan untuk meningkatkan pemasukan, memenuhi kebutuhan pribadi dan pendidikan tanpa ketergantungan pada orang lain terutama kedua orang tua dan mengisi waktu luang diluar jam kuliah atau jam kerja, strategi bisnis yang digunakan yaitu dengan cara membangun kepercayaan konsumen dan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam mendukung kegiatan bisnis, tantangan dan hambatan yang dihadapi selama menjalankan bisnis yaitu persaingan yang ketat dengan pelaku usaha lain dan berubah tren bisnis. Dari kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa peran *side hustle* memiliki dampak positif dalam pencapaian kemandirian finansial bagi generasi z untuk memenuhi kebutuhan, sebagai tabungan, dan membantu dalam pengembangan jiwa entrepreneur.

Kata Kunci: *Strategi Side Hustle; Pemanfaatan Digital; Kemandirian Finansial.*

ABSTRACT

This study aims to determine the depth of the role of side hustle carried out by generation z in achieving financial independence in the digital era and the use of digital media, this study uses qualitative methods with data collection techniques through interviews with informants who are directly doing side businesses or side hustles. The results of the study show that the main motivation of generation z to do side jobs is to have additional income to increase income, meet personal and educational needs without dependence on others, especially parents and fill free time outside of college hours or work hours, the business strategy used is by building consumer trust and by utilizing social media as a means of supporting business activities, challenges and obstacles faced while running a business,

namely intense competition with other business actors and changing business trends. From the conclusion of this study shows that the role of side hustle has a positive impact on achieving financial independence for generation z to meet needs, as savings, and help in developing an entrepreneurial spirit.

Keywords: *Side Hustle Strategy; Digital Utilization; Financial Independence.*

A. PENDAHULUAN

Perubahan dan perkembangan zaman telah mengubah bagaimana masyarakat memanfaatkan teknologi, mendapatkan informasi serta beradaptasi pada kehidupan. Begitu pun pada perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan dan dapat membantu untuk melakukan berbagai aktivitas dari kegiatan ekonomi, kegiatan pendidikan dan kegiatan pekerjaan lain. Peran teknologi sangat penting untuk membantu operasional pada setiap kegiatan salah satunya pada kegiatan ekonomi dari perencanaan, pengelolaan organisasi usaha, proses produksi, hingga menjadi produk jadi dan pemasaran semua tidak akan lepas kaitannya dengan teknologi, perubahan teknologi digital juga membuka peluang bagi individu untuk mengembangkan potensi serta menciptakan sumber pendapatan melalui berbagai platform digital dan media sosial.

Salah satu kelompok generasi yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi tersebut adalah generasi z mereka memiliki karakteristik dimana sangat erat dengan teknologi dan mudah mengikuti perubahan tren yang ada. Hal ini mendorong generasi ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membuka peluang ekonomi baru dan mendapatkan penghasilan tambahan, aktivitas ekonomi ini tidak hanya bertujuan memperoleh penghasilan tambahan saja tetapi juga menjadi sarana untuk menegaskan jati diri sebagai individu yang memiliki sifat produktif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan zaman serta perubahan teknologi (Habibah & Anshori. 2025).

Seperti fenomena saat ini *side hustle* semakin meningkat kalangan generasi z karena mereka sedang berlomba-lomba dalam mencapai kondisi keuangan secara mandiri, *side hustle* yang dijalankan dipengaruhi berbagai faktor seperti kebutuhan ekonomi, gaya hidup, peluang kerja yang bersifat fleksibel, dan keinginan mengembangkan bisnis secara mandiri. Berbagai jenis *side hustle* atau pekerjaan sampingan yang dapat dijalankan seperti *content creator*, *afilior*, dan *influencer* menjadi pilihan yang banyak diminati tetapi pada penelitian ini berfokus pada generasi z yang memilih *side hustle* yaitu menjalankan bisnis sampingan.

Keberhasilan dalam menjalankan bisnis sampingan atau *side hustle* tidak akan lepas dari strategi yang diterapkan, terutama pemanfaatan media sosial sebagai sarana strategi pemasaran digital strategi ini merupakan strategi pemasaran online atau pemasaran melalui internet yang merupakan suatu proses menyusun komunikasi dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk atau jasa (Nisa. , et al. 2018), strategi digital marketing berperan penting dalam meningkatkan daya tarik produk, menjangkau konsumen yang lebih luas, serta menciptakan keunggulan ditengah persaingan karena itu penelitian ini berfokus pada strategi *side hustle* yang diterapkan generasi z dalam mencapai kemandirian finansial di era digital.

Pada data yang bersumber dari *later media* (2025), *impact. com & cube asia* (2025), *wifitalents* (2025), *business insider* (2025) menunjukkan bahwa *influencer marketing* telah menjadi strategi pemasaran yang umum digunakan. Sekitar 69, 7% brand memanfaatkan *influencer*, 76% konsumen pernah membeli produk melalui rekomendasi *content creator*, dan 89% pemasar menilai strategi tersebut efektif. Serta tren pemasaran digital mulai beralih ke *micro influencer* karena dinilai lebih dipercaya oleh konsumen. Kemudian untuk strategi branding produk yang bersumber dari *influencer marketing report* (2025), *statista* (2025), *later media* (2025) strategi *branding* yang banyak digunakan meliputi video pendek, ulasan produk, konten autentik, kolaborasi dengan *influencer*, dan *user generated content* (UGC), strategi tersebut dinilai mampu meningkatkan jangkauan keterlibatan dan keputusan pembelian. Serta strategi branding produk yang paling berhasil data bersumber dari *statista* (2024), *impact. com & cube asia* (2025), *business insider* (2025), *adobe express* (2026) menunjukkan bahwa UGC, *content creator*, *micro influencer*, dan konten autentik merupakan strategi yang paling efektif dalam membangun kepercayaan konsumen serta mendorong keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan *side hustle* di era digital dipengaruhi oleh kemampuan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang tepat.

Penelitian terdahulu yang membahas *side hustle*, kemajuan teknologi dan pengelolaan keuangan atau kemandirian finansial masih membahas fenomena secara umum dan masih sedikit penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana strategi, tantangan dan hambatan dalam menjalankan bisnis sampingan yang dilakukan generasi z dalam menjalankan *side hustle* berbasis digital untuk meningkatkan pendapatan tambahan dan mencapai kemandirian finansial. Karena itu, penelitian ini ada untuk mengisi kesenjangan tersebut. Kemudian untuk keterbaruan pada penelitian ini yaitu penelitian ini tidak hanya membahas fenomena *side hustle* pada generasi z secara umum saja tetapi mengkaji secara mendalam, menyeluruh dan secara langsung strategi yang digunakan generasi z dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menghasilkan pendapatan tambahan dan mencapai kemandirian finansial yang belum dibahas pada penelitian sebelumnya.

Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana strategi generasi z dalam menjalankan *side hustle* berbasis digital, meliputi bagaimana karakteristik pelaku bisnis, pemanfaatan media sosial, strategi yang diterapkan, tantangan dan hambatan yang dihadapi, serta kontribusi *side hustle* dalam mendorong tercapainya kemandirian finansial di era digital. Dengan tujuan untuk menganalisis karakteristik generasi z dalam menjalankan *side hustle*, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendukung aktivitas bisnis, strategi yang diterapkan dalam mengembangkan *side hustle* berbasis digital, serta kendala dan tantangan yang dihadapi, dan juga bertujuan untuk mengkaji peran *side hustle* dalam mendorong tercapainya kemandirian finansial pada generasi z di era digital.

Teori utama pada penelitian ini merupakan teori digital marketing adalah bisa diartikan sebagai pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana untuk mencapai tujuan pemasaran menurut Ramadian, A. , *et al* (2024:1), digital marketing menurut *Dave Chaffey* dan *Fiona Ellis-Chadwick* yang menerangkan bahwa pemasaran modern dilakukan dengan pemanfaatan teknologi dan media digital untuk mencapai

target tujuan bisnis secara efektif dalam buku Ramadhan, F, V. (2025:6). Teori ini terhubung pada setiap aktivitas yang dilakukan generasi z dalam menjalankan bisnis sampingan dimana generasi z sangat erat dengan teknologi digital dari sini mereka memanfaatkan media sosial sebagai sarana mencapai tujuan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar untuk mencapai suatu tujuan yaitu dapat tercapainya kemandirian finansial.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habibah & Anshori (2025) dengan judul penelitian identitas ekonomi generasi z melalui fenomena *side hustle culture* pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, penelitian ini membahas *side hustle* yang sangat penting tidak hanya sebagai pekerjaan tambahan saja tapi telah menjadi media utama dalam membentuk identitas ekonomi mahasiswa generasi z mahasiswa juga membangun identitas ganda sebagai pelajar dan pelaku ekonomi digital dari penelitian terdahulu hal ini menggambarkan bahwa *side hustle* sangat penting dalam menjamin keberlangsungan ekonomi pada saat ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan mengkaji secara dalam strategi *side hustle* yang dilakukan generasi z untuk mencapai kemandirian finansial pada era digital. Untuk lokasi pada penelitian ini dilakukan pada generasi z yang memang aktif menggunakan media sosial yang dimana semua aktivitas pekerjaan sampingan yang dilakukan ada pada era digital dengan waktu pelaksanaan penelitian kurang lebih beberapa bulan yaitu dimulai dari bulan Maret 2026 dari pertemuan pertama perkuliahan sampai dengan bulan Juni atau Juli 2026 akhir perkuliahan.

Kemudian untuk jenis dan sumber data pada penelitian ini yaitu menggunakan data kualitatif yang merupakan data non numerik atau data non angka dan tidak memerlukan perhitungan secara statistik dengan menggunakan sumber data primer sebagai sumber data utama, data primer diperoleh langsung dari objek penelitian yang ada di lapangan bersifat asli, akurat dan dapat menggambarkan kondisi nyata kegiatan yang dilakukan generasi z melalui wawancara mendalam.

Dengan informan yaitu seluruh generasi z yang memiliki pekerjaan sampingan atau bisnis sampingan di era digital dengan berbagai bidang bisnis online yang dijalankan, untuk teknik pengambilan informan yang digunakan dengan cara memilih 2 informan yang memiliki pengetahuan, pengalaman atau pun terlibat dan sedang menjalankan *side hustle* secara sengaja dengan kriteria sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam atau pun diskusi bersama pada objek penelitian yang berkaitan dengan *side hustle* generasi z di era digital dalam mencapai kemandirian finansial supaya mendapatkan data yang lebih kuat dari segi kedalamannya.

Dengan langkah-langkah proses pengolahan data yang pertama yaitu penyutungan atau editing merupakan tahap awal pemeriksaan data yang telah dikumpulkan dari lapangan untuk memastikan kelengkapan data, kategorisasi merupakan tahap proses pengelompokan data ke dalam kategori-kategori berdasarkan kesamaan makna dan tema, interpretasi merupakan tahap memberikan makna atau penafsiran data, dan yang terakhir yaitu kesimpulan merupakan tahap

akhir dalam analisis data yaitu menarik garis tengah atau inti sari dari hasil interpretasi data. Dengan metode analisis data model analisis interaktif miles dan huberman yaitu tahap pertama pengumpulan data, rediksi data, penyajian data atau display data, dan yang terakhir penarikan kesimpulan atau verifikasi menurut buku (Sari I. N. , *et al.* 2022:135).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dengan 5 informan tetapi pada pokok pembahasan penelitian ini berfokus pada 2 informan dan diketahui bahwa informan merupakan generasi z yang sedang melakukan pekerjaan sampingan atau *side hustle* dengan memanfaatkan media digital, salah satunya media sosial yang menjadi sarana untuk memperoleh penghasilan tambahan dan untuk mencapai kemandirian finansial.

Generasi z saat ini sedang berlomba-lomba untuk mencapai kemandirian finansial karena dikondisi saat ini yang memang sangat terbatasnya lapangan pekerjaan membuat generasi z tergerak untuk melakukan berbagai alternatif sumber pendapatan dengan menjalankan berbagai bisnis melalui media online, generasi z yang dikenal sangat erat kaitannya dengan teknologi digital membuat mereka lebih mudah dalam beradaptasi pada setiap perubahan tren dan suatu fenomena yang terjadi begitu pun bagaimana cara generasi z membaca peluang bisnis digital oleh karena itu banyak generasi z yang mulai menjalankan bisnis sebagai sumber pendapatan tambahan diluar aktivitas atau pun pekerjaan utama yang mereka lakukan. Penelitian ini berfokus pada generasi z dengan rentan usia antara 16 - 31 tahun atau antara tahun kelahiran 2010 - 1995 menurut *Seemiller* dan *Grace* (2016) dalam bukunya Umar. Berbagai jenis bisnis sampingan yang mereka jalankan seperti bisnis baju online, bisnis makanan, bisnis layanan pulsa dan paket data atau konter dengan begitu mereka bisa mendapatkan keuntungan sebagai penghasilan tambahan.

Dengan karakteristik 2 narasumber yaitu informan 1 perempuan dengan usia 24 tahun asal kota kediri dengan latar belakang pendidikan terakhir yaitu sarjana sastra inggris yang memiliki bisnis sampingan atau sedang menjalankan *side hustle* berupa layanan konter pulsa dan paket data, kemudian untuk informan 2 perempuan dengan usia 23 tahun asal kota madiun jawa timur dengan latar belakang pendidikan terakhir yaitu D3 kebidanan yang memiliki bisnis sampingan berjualan daster dewasa.

Berikut kutipan hasil wawancara informan:

Informan 1

“Saat ini saya menjalankan usaha layanan konter pulsa dan paket data sebagai pekerjaan sampingan diluar aktivitas utama saya sebagai *Fresh Graduate*. ”

“Motivasi utama saya memiliki penghasilan tambahan adalah untuk meningkatkan pemasukan serta membantu memenuhi kebutuhan pribadi dan pendidikan. Selain itu, *side hustle* juga menjadi sarana untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan menambah pengalaman dalam mengelola usaha secara mandiri. ”

“*Side hustle* memberikan dampak positif terhadap kondisi keuangan saya karena menjadi sumber pendapatan tambahan setelah lulus kuliah.

Penghasilan yang diperoleh membantu saya memenuhi kebutuhan pribadi, mengurangi ketergantungan finansial pada orang tua, serta memberikan rasa lebih mandiri dalam mengelola keuangan. ”

Informan 2

“Saat ini saya sedang menjalankan bisnis dibidang *fashion* yakni berjualan daster dewasa sebagai pekerjaan sampingan diluar aktivitas utama saya sebagai Bidan. ”

“Motivasi saya untuk mengisi waktu luang dan menambah pemasukan saya, dan membantu saya dalam sistem keuangan, kemudian dalam *side hustle* ini juga dapat mengembangkan diri saya dibidang bisnis bagian *fashion*. ”

“*Side hustle* memberikan dampak positif terhadap kondisi keuangan saya karena menjadi suatu sumber penghasilan tambahan diluar jam kerja saya. ”

Kutipan Pengelompokan Data Informan 1

Menurut pernyataan informan 1 motivasi melakukan *side hustle* yaitu meningkatkan pemasukan serta membantu memenuhi kebutuhan pribadi dan pendidikan, dengan didukung pemanfaatan era digital menurut pernyataan informan media sosial sangat membantu dalam mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan melalui *whatsapp business* dan *whatsapp pribadi* dengan strategi yang digunakan yaitu membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan kemudian memberikan informasi secara jelas. Kemudian menurut pernyataan informan 1 *side hustle* memberikan dampak positif terhadap kondisi keuangan menjadi sumber pendapatan tambahan setelah lulus kuliah penghasilan yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan pribadi, mengurangi ketergantungan finansial pada orang tua, serta memberikan rasa lebih mandiri dalam mengelola keuangan.

Kutipan Pengelompokan Data Informan 2

Menurut pernyataan informan 2 motivasi utama melakukan *side hustle* yaitu untuk mengisi waktu luang, menambah pemasukan dan membantu keuangan dengan didukung pemanfaatan era digital menurut pernyataan informan peran media sosial sangat membantu mempromosikan bisnis melalui *whatsapp* dan *tiktok* dengan strategi yang digunakan yaitu membangun kepercayaan dengan customer. Kemudian menurut pernyataan informan 2 *side hustle* memberikan dampak positif terhadap kondisi keuangan karena menjadi suatu sumber penghasilan tambahan diluar jam kerja.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *side hustle* mampu dalam memenuhi kebutuhan dan dapat menghasilkan penghasilan tambahan diluar pekerjaan utama atau kegiatan utama serta *side hustle* dapat mendukung dalam tercapainya kemandirian finansial pada generasi z, *side hustle* juga tidak hanya sekedar mendapatkan keuntungan saja tetapi mampu mengembangkan potensi kewirausahaan generasi z dengan semakin terbatasnya lapangan pekerjaan *side hustle* menjadi solusi alternatif bagi generasi z untuk mendapatkan penghasilan tambahan. *Side hustle* tersebut didukung dengan pemanfaatan teknologi digital serta penggunaan media sosial hal ini sejalan dengan teori yang ada yaitu teori

digital marketing dimana informan memanfaatkan teknologi melalui media sosial untuk dapat menjangkau konsumen dengan cara melakukan berbagai strategi promosi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana banyak membahas terkait generasi z, teknologi digital, *side hustle*, kemandirian finansial tetapi pembahasan pada penelitian terdahulu lebih menyoroti pada suatu fenomena dan bagaimana memanfaatkan teknologi serta bagaimana pengelolaan keuangan. Jika penelitian ini lebih ngkaji secara mendalam terkait bagaimana strategi yang dilakukan generasi z dengan memanfaatkan era digital untuk mencapai kemandirian finansial dengan membahas bagaimana tantangan hambatan yang dihadapi, bagaimana *side hustle* dapat mendorong tercapainya kemandirian finansial pada generasi z.

Kemudian karakteristik generasi z dalam menjalankan *side hustle* yaitu pada hasil data wawancara generasi z memiliki karakteristik tersendiri dalam menjalankan bisnis sampingan atau *side hustle*, begitu pun pada informan 1 dan 2 yang cenderung aktif mencari informasi dan haus akan berubah tren yang ada serta terus mengembangkan keterampilan untuk mendukung perkembangan usahanya. Selain itu, mereka mampu menerapkan manajemen waktu yang baik sehingga dapat menyeimbangkan aktivitas *side hustle* dengan pekerjaan atau kegiatan utama yang mereka jalankan.

Pemanfaatan era digital atau media sosial dalam mendukung aktivitas *side hustle* generasi z sangat berperan penting dalam pekerjaan sampingan yang dijalankan oleh informan 1 dan 2 dari media sosial mereka bisa memperluas relasi terkait *side hustle* dan mendapatkan informasi. Media sosial dapat memperluas jangkauan pasar sebagai sarana promosi produk atau jasa yang dijalankan, menemukan target pasar, dan berkomunikasi dengan pelanggan. Beberapa media sosial yang sering digunakan generasi z dalam menjalankan bisnis sampingan yang mereka jalankan yaitu *whatsApp* dan *tiktok* mereka rutin dalam mempromosikan produk atau jasa melalui konten-konten menarik supaya lebih banyak mendapatkan konsumen.

Strategi yang dilakukan dalam menjalankan *side hustle* yaitu strategi bisnis yang informan 1 dan 2 lakukan untuk memperkuat bisnis sampingan yang dijalankan yaitu dengan cara membangun kepercayaan dengan pelanggan dengan memberikan kepuasan layanan yang diberikan dengan responsif cepat dan ramah serta memberikan informasi produk yang jelas supaya mudah difahami oleh konsumen. Dari strategi ini akan berpengaruh pada bagaimana konsumen memberi nilai pada suatu produk atau jasa yang diberikan dan konsumen akan melakukan pembelian berulang.

Tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam menjalankan *side hustle* pada setiap jenis kegiatan bisnis pasti tidak akan terhindar dari hambatan dan tantangan yang dihadapi seperti halnya dengan bisnis yang dijalankan informan 1 hambatan bisnis yang dihadapi antara lain persaingan dengan pelaku usaha lain yang menawarkan produk serupa, transaksi digital, selain itu terdapat kendala teknis dari platform atau penyedia layanan yang dapat memengaruhi proses penjualan. Kemudian untuk bisnis yang dijalankan informan 2 tantangan yang dihadapi yaitu persaingan yang tinggi dengan penjual lain dan perubahan tren fashion yang

mengharuskan terus mengikuti perkembangan pasar supaya bisnis tidak tertinggal dari perubahan pada era digital saat ini.

Peran *side hustle* dalam mendorong tercapainya kemandirian finansial menurut informan 1 dan 2 *side hustle* yang mereka jalankan sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan pribadi dan dapat membantu keuangan mereka menjadi sumber pendapatan tambahan setelah lulus kuliah tanpa bergantung pada kedua orang tua dan menjadi suatu sumber penghasilan tambahan diluar jam kerja.

Dampak positif *side hustle* yang dilakukan oleh informan 1 dan 2 memberikan dampak yang positif yaitu sebagai penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan pendidikan kemudian *side hustle* juga menjadi suatu sarana untuk menjadikan mereka lebih mandiri dalam pengelolaan keuangan dan mempersiapkan tabungan dimasa yang akan datang mengingat semakin terbatasnya lapangan pekerjaan dan ketidak stabilan ekonomi. Dampak negatif *side hustle* yaitu salah satunya kesalahan dalam perhitungan penghasilan dan dampak kesehatan fisik yang diakibatkan karena kesibukan yang dilakukan secara terus menerus tanpa henti antara pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan yang menyebabkan kecapekan fisik berlebih jika waktu tidak dimanajementi dengan baik.

D. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *side hustle* yang dilakukan generasi z dengan memanfaatkan era perkembangan teknologi digital melalui media sosial dapat bermanfaat bagi kestabilan keuangan generasi z serta melalui strategi *side hustle* dapat mendorong tercapainya kemandirian finansial generasi z terutama pada informan 1 dan 2. Kemudian untuk karakteristik generasi z dalam menjalankan *side hustle* yaitu mereka cenderung lebih adaptif pada setiap perubahan zaman, teknologi dan berubah tren dari sini generasi z lebih haus akan suatu informasi yang dapat mengembangkan bisnis yang mereka jalankan agar lebih berkembang lagi.

Generasi z memanfaatkan era digital melalui platform media sosial dalam mendukung aktivitas *side hustle* yaitu whatsapp dan tik tok sebagai media promosi produk atau jasa yang ditawarkan melalui pembuatan konten menarik agar konsumen tertarik dengan produk yang dijalankan, dengan strategi yang dilakukan oleh generasi z informan 1 dan 2 dalam menjalankan *side hustle* yaitu mereka lebih menekankan pada bagaimana cara membangun kepercayaan pelanggan dengan memberikan kepuasan layanan yang diberikan seperti responsif, cepat dan ramah serta memberikan informasi produk yang jelas agar konsumen melakukan pembelian berulang.

Kendala dan tantangan yang dihadapi informan 1 dan 2 dalam menjalankan *side hustle* di era digital yaitu untuk informan 1 kendala dan hambatan bisnis yang dihadapi antara lain persaingan dengan pelaku usaha lain yang menawarkan produk serupa, transaksi digital, selain itu terdapat kendala teknis dari platform atau penyedia layanan yang dapat memengaruhi proses penjualan. Kemudian untuk bisnis yang dijalankan informan 2 kendala dan hambatan yang dihadapi yaitu persaingan yang tinggi dengan penjual lain dan perubahan tren fashion yang mengharuskan terus mengikuti perkembangan pasar supaya bisnis tidak tertinggal dari perubahan pada era digital saat ini.

Side hustle dapat mendorong tercapainya kemandirian finansial pada generasi z karena menurut informan 1 dan 2 *side hustle* yang mereka jalankan sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan pribadi dan dapat membantu keuangan mereka menjadi sumber pendapatan tambahan setelah lulus kuliah tanpa bergantung pada kedua orang tua dan menjadi suatu sumber penghasilan tambahan diluar jam kerja hal tersebut akan lebih memudahkan mereka dalam mencapai kemandirian finansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminin, A. (2025). Peran pendidikan ekonomi dalam meningkatkan kemandirian finansial mahasiswa. JUPENJI: Jurnal Pendidikan Jompa Indonesia, 4(3), 56–66.
- Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., ... & Judijanto, L. (2024). Digital marketing: Teori, implementasi dan masa depan digital marketing. PT Green Pustaka Indonesia.
- Andhika Harumanto. (2026). Gen Z economy: Generasi yang menulis ulang aturan main uang. PT Revormasi Jangkar Philosophia.
- Atmojo, I. R. W., Chumdari, M. P., Matsuri, M. P., Adi, F. P., Ardiansyah, R., & Saputri, D. Y. (2023). Assessment kognitif pada kelas digital dalam pembelajaran abad 21. CV Pajang Putra Wijaya.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Peluang bisnis Gen Z di era digital: Tinjauan literatur sistematis. Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya, 4(2), 63–67.
- Febiantoro, R. I. U., Utami, A. A., & Hanifah, N. L. (2025). Strategi finansial Generasi Z terhadap sintesis penyesuaian otomatis dalam perilaku konsumsi dan pendapatan alternatif. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 17(2), 81–90.
- Gutter, M., & Copur, Z. (2011). Financial behaviors and financial well-being of college students: Evidence from a national survey. Journal of Family and Economic Issues, 32(4), 699–714.
- Habibah, S., & Anshori, I. (2025). Identitas ekonomi Generasi Z melalui fenomena side hustle culture pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, 3(6), 11290–11297.
- Hikrawati, H., & Salama, N. (2025). Pendidikan keluarga. CV Eureka Media Aksara.
- Justina, D., Hikmah, M., Hendratni, T. W., Arinda, A., & Kusumastuti, S. Y. (2026). Literasi keuangan: Panduan cerdas dalam mengatur keuangan. Tren Digital Publishing.
- Kennedy, H. F. (2024). Meningkatkan kompetensi, motivasi, dan kualitas ujian praktek SIM. Cipta Media Nusantara.
- Lilik Mulyadi, & Budi Suharyanto. (2021). Contempt of court di Indonesia: Urgensi, norma, praktik, gagasan dan masalahnya. Penerbit Alumni.
- Mildayanti, M., Sudarmi, S., Muhrami, S. N., Tahir, S., & Amrullah, A. (2026). Eksplorasi beban ekonomi dan strategi coping pekerja milenial dan

- Generasi Z di Kota Makassar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11257–11264.
- Miradji, M. A., Vercelly, W. A. S., Putra, R. P. L., & Widyastuti, E. T. (2025). Di balik cuan konten: Eksplorasi strategi pengelolaan keuangan oleh Gen Z di dunia digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 35–47.
- Mudrifah, M., & Trioko, S. (2025). Digital persona, flexible hustle dan exposure anxiety pada minat wirausaha digital Gen Z. *Solusi*, 23(4).
- Munir, M. M. (2023). *Islamic finance for Gen Z: Karakter dan kesejahteraan finansial untuk Gen Z: Penerapan Islamic finance sebagai solusi*. CV Green Publisher Indonesia.
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi pemasaran online dan offline. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 1(1).
- Nugroho, J., Arifin, A. L., & Ludfi, A. A. (2025). Peran Gen Z dalam pemanfaatan media sosial untuk daya saing UMKM menuju Indonesia Emas 204. *Efektor*, 12(2), 283–295.
- Oktora, K. K. (2025). *Persepsi Generasi Z terhadap side hustle affiliator sebagai pilihan karir di era gig economy (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Prihatma, G. T., & Nurhayani, N. (2024). Pengaruh era digital terhadap perilaku wirausaha melalui media sosial pada UMKM. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 703–714.
- Ramadhan, F. V. (2025). *Digital marketing: Teori, konsep, dan strategi*. Deepublish.
- Ramadian, A., Mauliansyah, F., & Sepriano, S. (2024). *Buku referensi digital marketing: Meningkatkan brand awareness dan konversi penjualan*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rojabi, M. A., & Putri, S. A. (2025). *Pengusaha paruh waktu: Cara praktis merintis bisnis sampingan tanpa meninggalkan pekerjaan utama*. Afdan Rojabi Publisher.
- Royanti, N. I., Indrayanti, I., & Amalia, N. (2025). Mewujudkan remaja merdeka finansial dengan pemanfaatan media digital dalam kegiatan bimbingan remaja usia sekolah. *Bestikom: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 21–26.
- Sari, F. R. (2024). *Pemikiran perempuan tentang financial independence dalam perspektif Maqosid Syariah Jasser Auda (Studi pada dosen perempuan di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Suprayitno, D., Ahmad, A., Tartila, T., Sa'dianoor, S. D., & Aladdin, Y. A. (2024). *Metodologi penelitian kualitatif: Teori komprehensif dan referensi wajib bagi peneliti*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Umar, M. K., Saugadi, Nuralan, S., Kuraysia, F., Harahap, R. H., Paramata, D. D., Kristin, M., Hippy, H., Parinduri, F. K., Nabihah, A. S., Irvansyah, A., Yatimah, D., Haq, M. S., Lestari, R. D., & Putra, W. (2025). *Deep*

learning dalam pendidikan: Mengolah data menjadi daya untuk pembelajaran adaptif dan kontekstual. Eureka Media Aksara.

Zaini, M., Miladiyah, S. J., & Salim, A. (2025). Eksplorasi faktor pendorong mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi berbasis platform digital (gig economy). *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 322–331.