



Identitas Ekonomi Generasi Z Melalui Fenomena Side Hustle Culture Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya

Shofiatul Habibah¹, Isa Anshori²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya^{1,2}, Indonesia

Email Korespondensi shofiahabibah78@gmail.com, isaanshori67@gmail.com

Article received: 07 November 2025, Review process: 15 November 2025

Article Accepted: 03 Desember 2025, Article published: 19 Desember 2025

ABSTRACT

This study examines the economic identity of Generation Z through the phenomenon of side hustle culture among students at UIN Sunan Ampel Surabaya. Academic anxiety arises from the increasing number of students engaging in digital and non-digital side jobs, which aim not only to supplement their income but also to shape their self-image, lifestyle, and new economic orientations. This situation raises questions about how the economic identity of the younger generation is constructed amidst academic pressures, financial needs, and digital opportunities. This research uses a qualitative method with a case study approach, through in-depth interviews, participant observation, and document analysis of students' side hustle activities. The findings indicate that side hustles become a medium for constructing an economic identity that emphasizes independence and flexibility. There is a shift in values from simply earning extra money to creating a "personal brand", and students are constructing dual identities as students and creative workers in the digital economy ecosystem.

Keywords: Generation Z, economic identity, students, side hustle culture, digital economy.

ABSTRAK

Studi ini mengkaji identitas ekonomi Generasi Z melalui fenomena budaya kerja sampingan di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Kecemasan akademik muncul akibat meningkatnya jumlah mahasiswa yang terlibat dalam pekerjaan sampingan digital dan non-digital, yang tidak hanya bertujuan untuk menambah penghasilan tetapi juga membentuk citra diri, gaya hidup, dan orientasi ekonomi baru mereka. Situasi ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana identitas ekonomi generasi muda dibangun di tengah tekanan akademik, kebutuhan finansial, dan peluang digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis dokumen kegiatan kerja sampingan mahasiswa. Temuan menunjukkan bahwa kerja sampingan menjadi media untuk membangun identitas ekonomi yang menekankan kemandirian dan fleksibilitas. Terdapat pergeseran nilai dari sekadar mencari uang tambahan menjadi menciptakan "merek pribadi", dan mahasiswa membangun identitas ganda sebagai mahasiswa sekaligus pekerja kreatif dalam ekosistem ekonomi digital.

Kata Kunci: Generasi Z, identitas ekonomi, mahasiswa, budaya kerja sampingan, ekonomi digital.

PENDAHULUAN

Fenomena side hustle culture kian marak di kalangan Generasi Z, khususnya mahasiswa. (Lesmana et al., 2025) Generasi yang dikenal sebagai digital native ini menghadapi tekanan ganda: di satu sisi dituntut menyelesaikan pendidikan tinggi, sementara di sisi lain ditarik oleh peluang ekonomi digital yang menjanjikan fleksibilitas dan penghasilan tambahan. Kegelisahan akademis muncul ketika aktivitas side hustle tidak lagi sekadar praktik ekonomi, tetapi telah membentuk identitas baru mahasiswa sebagai pelajar sekaligus pekerja kreatif. Fenomena ini memperlihatkan adanya transformasi identitas ekonomi yang belum banyak dieksplorasi dalam konteks mahasiswa Indonesia, khususnya di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Lebih jauh, fenomena ini dipicu oleh budaya produktivitas berlebih yang kerap disebut sebagai hustle culture. (Syahidah et al., 2024) mencatat bahwa Fear of Missing Out (FOMO) mendorong mahasiswa untuk terus terlibat dalam aktivitas ekonomi meskipun berisiko stres. Kondisi ini diperkuat oleh gaya hidup YOLO (You Only Live Once) yang diidentifikasi (Muh Tajrim, Murtiadi Awaluddin, 2024) pada mahasiswa Makassar, di mana aktivitas ekonomi sampingan dilihat sebagai cara memenuhi kebutuhan konsumsi sekaligus membangun citra diri. Dengan demikian, side hustle tidak hanya dimaknai sebagai kebutuhan finansial, tetapi juga simbol status sosial dan ekspresi identitas generasi.

Sejumlah penelitian relevan memperkuat isu ini. (Indratno et al., 2025) menunjukkan bahwa pengurus organisasi mahasiswa di Universitas Jenderal Soedirman memiliki kecenderungan berbeda dalam menjalankan hustle culture sebagian menekankan pada tanggung jawab akademik, sementara lainnya menjadikan side hustle sebagai bagian dari identitas sosial-ekonomi. (Fahmi et al., 2024) menambahkan, praktik flexing dan personal branding di media sosial telah memperluas ruang pembentukan identitas ekonomi, di mana mahasiswa tidak hanya dikenal sebagai pelajar, tetapi juga sebagai content creator atau entrepreneur muda. Sementara itu, penelitian (Susiati et al., 2024) menemukan bahwa digitalisasi telah mengubah pola konsumsi mahasiswa, mendorong mereka untuk tidak sekadar menjadi konsumen pasif, melainkan aktor aktif dalam ekosistem ekonomi digital.

Literatur lain juga menyoroiti hubungan antara gaya hidup, inklusi keuangan, dan perilaku ekonomi mahasiswa. (Adhim & Ramadhan, 2025) menyimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif Generasi Z berdampak signifikan pada tata kelola keuangan pribadi, sementara (Prastika & Kadarningsih, 2025) menekankan bahwa inklusi keuangan digital berpengaruh pada pola manajemen ekonomi mahasiswa. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa studi mengenai side hustle culture relevan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengonstruksi identitas ekonomi mereka di tengah tuntutan akademik dan peluang digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, difokuskan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang aktif dalam aktivitas side hustle. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan penelusuran dokumen digital (media sosial, marketplace, serta

konten personal branding mahasiswa). Validitas data diuji dengan triangulasi sumber dan metode, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan secara komprehensif realitas di lapangan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa aktivitas side hustle menjadi sarana penting pembentukan identitas ekonomi mahasiswa, yang ditandai dengan nilai kemandirian dan fleksibilitas, kemudian terdapat pergeseran orientasi dari sekadar mencari tambahan penghasilan menuju penciptaan personal branding yang berorientasi pada pengakuan sosial, dan mahasiswa membangun identitas ganda sebagai pelajar akademik sekaligus pelaku ekonomi kreatif digital. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya diskursus mengenai dinamika identitas Generasi Z di tengah perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena berfokus pada upaya memahami dan menggambarkan makna di balik fenomena side hustle culture yang dialami mahasiswa Generasi Z, khususnya di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mengungkap secara mendalam bagaimana mahasiswa membentuk dan menegosiasikan identitas ekonominya melalui aktivitas ekonomi informal yang mereka lakukan, seperti berjualan daring, menjadi freelancer, content creator, atau menjalankan bisnis kecil-kecilan. Sebagaimana diungkapkan oleh (Creswell, 2014) penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna yang dikonstruksikan individu terhadap realitas sosialnya, sehingga sesuai untuk mengkaji fenomena yang bersifat subjektif dan kontekstual seperti pembentukan identitas ekonomi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran rinci mengenai suatu fenomena sosial tanpa melakukan generalisasi statistik. Menurut (Moleong, 2017), penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan mendalam. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memaknai side hustle bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri, kemandirian, dan penegasan identitas generasi yang adaptif terhadap dinamika ekonomi digital.

Penelitian dilaksanakan di UIN Sunan Ampel Surabaya, karena kampus ini mencerminkan karakteristik Generasi Z yang religius, adaptif terhadap teknologi, dan aktif dalam aktivitas ekonomi digital. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif yang memiliki side hustle minimal enam bulan terakhir. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa informan yang dipilih mampu memberikan informasi mendalam tentang pengalaman dan makna dari aktivitas side hustle yang dijalankan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa mahasiswa dari berbagai fakultas yang aktif menjalankan pekerjaan sampingan di bidang online business, jasa digital, maupun konten kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Identitas Ekonomi Generasi Z melalui Fenomena Side Hustle Culture pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, bahwa side hustle bukan hanya sekadar aktivitas ekonomi tambahan, tetapi telah menjadi bagian penting dalam proses pembentukan identitas ekonomi dan sosial mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam cara mahasiswa memahami kerja, pendapatan, dan kesuksesan di era digital. (LEWIS, 2025) Generasi Z di lingkungan kampus ini menampilkan karakteristik khas yang berbeda dari generasi sebelumnya mereka lebih mandiri, kreatif, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang ekonomi baru, baik dalam bentuk usaha daring, freelance services, maupun konten digital. Aktivitas ekonomi ini tidak hanya bertujuan memperoleh penghasilan tambahan, tetapi juga menjadi sarana untuk menegaskan jati diri sebagai individu produktif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Dari hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa motivasi utama mahasiswa melakukan side hustle beragam, mulai dari kebutuhan ekonomi, keinginan untuk mandiri secara finansial, hingga dorongan untuk membangun citra diri sebagai individu yang sukses dan berdaya. Mereka menilai bahwa kerja sampingan memberi kebanggaan tersendiri karena mampu menghasilkan uang dari kemampuan dan kreativitas mereka sendiri. Dalam konteks teori tindakan sosial Max Weber, perilaku ini dapat dipahami sebagai tindakan rasional yang berorientasi pada tujuan (*zweckrational*), di mana mahasiswa secara sadar mengambil keputusan berdasarkan perhitungan manfaat ekonomi dan sosial yang akan mereka peroleh. Namun, di sisi lain, tindakan ini juga mengandung dimensi nilai (*wertrational*), karena sebagian mahasiswa memaknai aktivitas side hustle sebagai bentuk kontribusi moral terhadap keluarga, aktualisasi diri, dan pembuktian kemampuan pribadi di tengah tekanan budaya kerja produktif yang mendominasi media sosial.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa side hustle culture turut membentuk identitas ekonomi baru di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Identitas ini tidak hanya dibangun dari status sosial atau profesi formal, tetapi juga dari kemampuan untuk mengelola pekerjaan fleksibel dan digital yang sering kali tidak diakui dalam sistem ekonomi konvensional. Mahasiswa side hustler cenderung memandang kesuksesan sebagai proses yang dinamis dan personal, bukan sekadar pencapaian material. Mereka menunjukkan bagaimana nilai-nilai religius dan etika kerja Islam yang diajarkan di lingkungan kampus berpadu dengan semangat kewirausahaan digital, membentuk etos kerja yang unik yaitu produktif, beretika, dan berbasis nilai spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa identitas ekonomi Generasi Z di lingkungan religius seperti UIN Sunan Ampel tidak sepenuhnya terlepas dari nilai-nilai moral dan spiritual, melainkan justru memperkaya makna dari aktivitas ekonomi digital yang mereka jalani. Penelitian ini juga menemukan bahwa keterlibatan dalam side hustle berpengaruh terhadap dinamika sosial mahasiswa, baik dalam kehidupan akademik maupun relasi sosial. Sebagian mahasiswa mengalami tantangan dalam membagi waktu antara kuliah

dan pekerjaan, namun banyak pula yang merasa bahwa pengalaman side hustle meningkatkan kemampuan manajemen waktu, komunikasi, dan tanggung jawab. Aktivitas ekonomi digital juga menciptakan jaringan sosial baru yang memperluas interaksi lintas fakultas dan bahkan lintas universitas. Dengan demikian, side hustle tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi individu, tetapi juga pada terbentuknya ekosistem sosial baru yang berbasis kolaborasi dan solidaritas antar mahasiswa.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa side hustle culture merupakan fenomena sosial-ekonomi yang kompleks dan multidimensional. Ia merefleksikan perubahan nilai, struktur kesempatan, dan cara berpikir Generasi Z dalam menghadapi realitas ekonomi kontemporer. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memanfaatkan ruang digital untuk menegosiasikan posisi mereka sebagai pelajar sekaligus pelaku ekonomi muda, menciptakan identitas ekonomi yang otonom, fleksibel, dan berorientasi pada makna personal. Dengan demikian, side hustle dapat dipahami sebagai bentuk tindakan sosial rasional sekaligus strategi identitas dalam merespons perubahan ekonomi digital dan tekanan budaya produktivitas masa kini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritik terhadap kajian sosiologi ekonomi, khususnya dalam memahami hubungan antara tindakan ekonomi dan pembentukan identitas generasi muda di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan tinggi dalam merancang kebijakan yang lebih inklusif terhadap dinamika ekonomi mahasiswa, serta mendorong pengembangan kurikulum yang relevan dengan semangat kewirausahaan sosial dan ekonomi kreatif yang tengah berkembang di kalangan Generasi Z. Fenomena Side Hustle Culture pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk berbagai pihak, baik dari sisi teoritis, praktis, maupun sosial. Secara teoritis, penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan kajian sosiologi ekonomi yang lebih kontekstual dengan fenomena ekonomi digital dan budaya kerja fleksibel di kalangan generasi muda. Para peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas studi ini dengan menelaah dimensi lain dari identitas ekonomi Generasi Z, seperti pengaruh media sosial terhadap konstruksi citra kerja, relasi gender dalam side hustle, atau dinamika etika kerja religius di era digital. Penelitian lanjutan juga dapat memperdalam pemahaman melalui pendekatan interdisipliner yang menggabungkan perspektif sosiologi, ekonomi digital, dan psikologi sosial, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif mengenai transformasi nilai dan perilaku ekonomi generasi muda di Indonesia.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas side hustle mahasiswa tidak semata-mata bersifat ekonomi, tetapi juga berkaitan erat dengan pembentukan identitas sosial, nilai kemandirian, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan dunia kerja. Oleh karena itu, pihak universitas, khususnya UIN Sunan Ampel Surabaya, disarankan untuk memberikan dukungan yang lebih terstruktur terhadap mahasiswa yang memiliki kegiatan ekonomi sampingan. Dukungan ini dapat berupa penyediaan incubator business campus, pelatihan

kewirausahaan digital, hingga program mentoring yang mengintegrasikan nilai-nilai etika kerja Islam dengan semangat inovasi ekonomi digital. Dengan demikian, kampus tidak hanya menjadi ruang akademik formal, tetapi juga wadah pengembangan karakter kewirausahaan yang beretika dan berkelanjutan. Selain itu, dosen pembimbing akademik juga diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan pendampingan bagi mahasiswa *side hustler*, terutama dalam hal manajemen waktu dan pengelolaan prioritas antara kegiatan akademik dan aktivitas ekonomi, agar keseimbangan antara keduanya tetap terjaga.

Dari sisi sosial, fenomena *side hustle culture* di kalangan mahasiswa perlu dilihat sebagai peluang sekaligus tantangan. Peluang muncul karena generasi muda kini memiliki kemampuan untuk menciptakan sumber penghidupan mandiri melalui kreativitas dan teknologi digital, yang pada akhirnya dapat memperkuat ekonomi masyarakat secara luas. Namun, di sisi lain, budaya kerja ganda ini juga dapat menimbulkan tekanan sosial baru, seperti beban produktivitas berlebihan dan kecenderungan membandingkan diri dengan keberhasilan orang lain di media sosial. Oleh karena itu, perlu adanya ruang dialog dan edukasi publik, baik melalui kegiatan kampus maupun media komunitas, untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara produktivitas dan kesehatan mental. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan platform digital juga perlu berkolaborasi dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan beretika, agar semangat *hustle* di kalangan mahasiswa tidak mengarah pada eksploitasi diri, tetapi menjadi jalan menuju pemberdayaan dan kesejahteraan generasi muda.

Bagi mahasiswa sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi bahwa kegiatan *side hustle* hendaknya tidak hanya dilihat sebagai ajang mencari penghasilan tambahan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran sosial dan pengembangan diri. Dengan menjalankan usaha sampingan, mahasiswa berlatih untuk bertanggung jawab, mengelola waktu, serta memahami dinamika pasar kerja yang terus berubah. Namun, penting pula bagi mahasiswa untuk tidak kehilangan fokus terhadap tujuan utama mereka sebagai pelajar, yakni menimba ilmu dan mengembangkan potensi akademik. Oleh sebab itu, keseimbangan antara dunia akademik dan aktivitas ekonomi menjadi kunci agar *side hustle* benar-benar berfungsi sebagai sarana pemberdayaan, bukan sekadar tuntutan ekonomi atau pencitraan sosial. Secara keseluruhan, penelitian ini merekomendasikan agar fenomena *side hustle culture* dipahami sebagai bagian dari transformasi sosial yang lebih luas dalam masyarakat digital. Aktivitas ekonomi mahasiswa perlu didukung dan diarahkan agar tetap berpijak pada nilai-nilai etika, spiritualitas, dan kesejahteraan sosial. Dengan pendekatan yang seimbang antara produktivitas ekonomi dan pembangunan karakter, generasi muda Indonesia terutama mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dapat menjadi pelopor terbentuknya identitas ekonomi baru yang tidak hanya kompetitif dan inovatif, tetapi juga berintegritas, berkelanjutan, dan berkeadilan sosial.

SIMPULAN

Kesimpulan, fenomena *side hustle culture* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tidak hanya berfungsi sebagai strategi ekonomi tambahan, tetapi telah berkembang menjadi sarana penting dalam pembentukan identitas ekonomi Generasi Z yang bersifat mandiri, fleksibel, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital. Aktivitas kerja sampingan mendorong terjadinya pergeseran orientasi nilai mahasiswa, dari sekadar pemenuhan kebutuhan finansial menuju penciptaan *personal branding* dan penguatan citra diri sebagai pelajar sekaligus pelaku ekonomi kreatif. Identitas ekonomi yang terbentuk menunjukkan adanya integrasi antara rasionalitas ekonomi, nilai sosial, serta etika dan spiritualitas yang hidup di lingkungan kampus, sehingga *side hustle* dipahami sebagai praktik ekonomi yang bermakna secara personal dan sosial. Dengan demikian, *side hustle culture* merefleksikan transformasi cara Generasi Z memaknai kerja, kesuksesan, dan jati diri di tengah tekanan akademik dan peluang ekonomi digital yang terus berkembang.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhim, C., & Ramadhan, R. A. (2025). *Pengaruh Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan pada Gen Z Mahasiswa Pengaruh Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan pada Gen Z Mahasiswa*. 22(2), 152–161.
- Creswell, J. W. (2014). *Research desing: qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (Vol. 54). United State of America: Sage Publications.
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), 22–40. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>
- Indratno, G. P., Dewi, R., & Martono, N. (2025). Perilaku Hustle Culture Pengurus Organisasi Mahasiswa di Fisip Universitas Jenderal Soedirman. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2667–2677.
- Lesmana, T., Pratama, G., Edirianto, S., & Press, G. (2025). *GENERASI Z DAN PERUBAHAN POLA KONSUMSI DI ERA DIGITAL*.
- LEWIS, S. (2025). *SIDE HUSTLES FOR GEN Z*. ADMIT HUB REF SERVICE Press. <https://books.google.co.id/books?id=XrFW0QEACAAJ>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif/Lexy J. Moleong*.
- Muh Tajrim, Murtiadi Awaluddin, A. W. H. (2024). *Financial Technology Sebagai Solusi*. 12(2), 290–303.
- Prastika, A. Y., & Kadarningsih, A. (2025). Kontribusi Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Teknologi Finansial (Fintech) Pada Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *MANAJEMEN*, 5(1), 64–76.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susiati, Swarsono, R., Wargo, Munip, A., & Kurniawan. (2024). Digitalisasi Ekonomi dan Perubahan Pola Konsumsi Gen Z di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2), 50–59.

Syahidah, N. A., Pramesti, D., Ndari, W., Khaerunnisa, S., Pratiwi, D., Setiawati, H. S., Nazzala, Z. S., & Rahma, S. N. (2024). Fenomena FOMO yang Bisa Berujung Hustle Culture di Kalangan Mahasiswa UNNES.

Jurnal Mediasi, 3(1), 66–78. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/mediasi>

Lesmana, T., Pratama, G., Edirianto, S., & Press, G. (2025). *GENERASI Z DAN PERUBAHAN POLA KONSUMSI DI ERA DIGITAL*.

LEWIS, S. (2025). *SIDE HUSTLES FOR GEN Z*. ADMIT HUB REF SERVICE Press.

<https://books.google.co.id/books?id=XrFW0QEACAAJ>