

Pengaruh Digitalisasi Ekonomi, Gig Ekonomi, dan Media Sosial terhadap Pendapatan *Women Workers* Gen Z: Perspektif Ekonomi Islam

The Influence of Economic Digitalization, Gig Economy, and Social Media on the Income of Gen Z Women Workers: An Islamic Economic Perspective

Lilis Marlina^{1✉}, Dian Urna Fasihat²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia.

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia.

✉Corresponding author: lilismarlinastieyapis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat pesatnya perkembangan teknologi digital yang telah mengubah tatanan sistem ekonomi global maupun nasional. Transformasi digital yang melahirkan fenomena digitalisasi ekonomi, gig economy, dan pemanfaatan media sosial tidak hanya menciptakan pola baru dalam kegiatan ekonomi, tetapi juga membuka ruang partisipasi ekonomi yang lebih luas bagi perempuan generasi Z berdasarkan kajian ekonomi Islam. Kondisi ini menjadi relevan untuk dikaji karena perempuan Gen Z merupakan kelompok produktif yang tumbuh di era teknologi dan memiliki peran potensial dalam menggerakkan ekonomi digital, khususnya di daerah seperti Kabupaten Dompu.

Abstract

This research has a high urgency considering the rapid development of digital technology that has changed the order of the global and national economic system. The digital transformation that gave birth to the phenomenon of economic digitalization, gig economy, and the use of social media not only creates new patterns in economic activities, but also opens up a wider space for economic participation for Generation Z women based on Islamic economic studies. This condition is relevant to be studied because Gen Z women are a productive group that grows in the technological era and has a potential role in driving the digital economy, especially in areas such as Dompu Regency.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Lilis Marlina, Dian Urna Fasihat

Article history

Received 2025-08-22

Accepted 2025-09-10

Published 2025-10-31

Kata kunci

Digitalisasi Ekonomi;
Gig Ekonomi;
Media Sosial;
Women Workers;
Gen Z.

Keywords

Digitalisasi Ekonomi;
Gig Ekonomi;
Media Sosial;
Women Workers;
Gen Z.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap sistem perekonomian global, termasuk di Indonesia. Transformasi digital yang ditandai oleh kemunculan ekonomi digital, gig economy, dan media sosial telah mengubah pola interaksi ekonomi masyarakat. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa, tetapi juga membuka peluang baru bagi kelompok tertentu terutama perempuan generasi Z untuk memperoleh penghasilan secara mandiri dan fleksibel (Irawan et al., n.d.)

Pada era transformasi digital saat ini, ekonomi digital menjadi salah satu bentuk inovasi yang mampu meningkatkan daya saing global. Perkembangannya yang pesat, termasuk di Indonesia, terlihat dari meningkatnya jumlah pengguna internet (Rahayu, Supriyono, Mulyawan, Nurfadhillah, & Yulianto, 2021). Digitalisasi ekonomi dapat dipahami sebagai pergeseran aktivitas ekonomi tradisional menuju bentuk digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Kondisi ini memberi kesempatan bagi perempuan muda untuk berwirausaha, bekerja secara daring, serta memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks perkembangan teknologi yang semakin maju, ekonomi digital memiliki peran yang semakin besar dalam dunia bisnis dan ketenagakerjaan (Yuangga et al., 2023). Penelitian oleh (Imma Rokhmatul Aysa, 2021) menunjukkan bahwa digitalisasi membawa berbagai manfaat bagi perekonomian nasional, seperti perluasan pasar, kemudahan transaksi, peningkatan produksi, penyederhanaan sistem pembayaran, serta variasi promosi yang lebih luas.

Selanjutnya, fenomena gig ekonomi yakni sistem ekonomi berbasis pekerjaan jangka pendek atau kontrak lepas menjadi tren baru dalam struktur kerja modern. Model ini memberikan fleksibilitas waktu dan peluang bagi pekerja, termasuk perempuan Gen Z, untuk menyesuaikan pekerjaan dengan gaya hidup serta tanggung jawab pribadi. Profesi seperti freelancer, content creator, online seller, pengemudi daring, hingga digital marketer kini menjadi alternatif sumber pendapatan yang populer di kalangan generasi muda. Generasi Z cenderung menjadikan e-commerce, freelancing, dan pembuatan konten digital sebagai pilihan utama dalam berkarier (Effendy, Sunarsi, & Wicaksono, 2025). Namun, di balik fleksibilitas tersebut terdapat kelemahan, yakni belum adanya perlindungan hukum yang memadai bagi para pekerja. Penelitian oleh (Izzati, 2022) mengungkapkan bahwa pemerintah perlu segera merumuskan kebijakan yang mengatur hubungan kemitraan dalam ekonomi gig secara komprehensif, agar perlindungan bagi pekerja di sektor ini dapat terealisasi dengan baik.

Selain itu, media sosial juga memiliki peran vital dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi digital. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube kini tidak hanya berfungsi sebagai media sosial, tetapi juga menjadi alat pemasaran, promosi, dan penguatan citra diri (Amar, Nazar, Eko, 2025). Berdasarkan hasil penelitian (Sitanggang, Firda, Ramadhini, & Panjaitan, 2024), pesatnya perkembangan media sosial mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi secara daring. Media sosial kini berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi digital, tetapi juga diperluas melalui aplikasi dan situs web lain yang digunakan masyarakat untuk berinteraksi. Melalui media sosial, perempuan Gen Z dapat menciptakan peluang usaha dan memperoleh pendapatan dari kegiatan digital seperti endorsement, afiliasi, maupun penjualan produk secara daring.

Namun demikian, peningkatan pendapatan melalui digitalisasi ekonomi dan gig economy tidak selalu sejalan dengan prinsip keadilan dan keberkahan yang ditekankan dalam ekonomi Islam. Islam menegaskan pentingnya etika dalam aktivitas ekonomi, meliputi kejujuran, keadilan, serta larangan terhadap praktik riba, gharar, dan maysir. Hasil penelitian (Millah & Hakim, 2025) menunjukkan bahwa generasi Z memahami adanya larangan riba dalam aktivitas ekonomi Islam. Oleh karena itu, penting untuk menelaah sejauh mana aktivitas ekonomi digital dan gig economy yang dijalankan oleh perempuan Gen Z di Kabupaten Dompu sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam, serta bagaimana pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan mereka (Budiarto et al., 2019). Temuan ini sejalan dengan penelitian (Marlina & Ramadhan, 2024) dan (Marlina & Ramadhan, n.d.), yang menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam aktivitas kerja berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena perempuan Gen Z merupakan kelompok usia produktif yang tumbuh dalam era digital,

memiliki kemampuan teknologi yang tinggi, dan berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh digitalisasi ekonomi, gig economy, dan media sosial terhadap pendapatan perempuan pekerja Gen Z dari perspektif ekonomi Islam, serta menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan.

1.1. Kajian Pustaka

1.1.1. Evolusi Digitalisasi Ekonomi Variabel Independen (X1)

Konsep ekonomi digital merujuk pada sistem ekonomi yang berbasis pada teknologi digital, dimana aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa semakin bergantung pada internet dan inovasi teknologi (Dwi, Amory, Mudo, & Rhena, 2025). Perkembangan ekonomi digital mendorong perubahan dalam model bisnis tradisional, meningkatkan akses pasar bagi pelaku usaha kecil maupun besar, serta menciptakan peluang baru melalui platform digital yang menghubungkan konsumen dengan penyedia layanan secara lebih cepat dan efisien. Namun, ekonomi digital juga menghadirkan tantangan seperti kesenjangan akses teknologi, isu privasi data, serta regulasi yang harus disesuaikan dengan perkembangan pesat dalam ekosistem digital. Adapun Indikatornya adalah: a) sektor ketenagakerjaan, b) tingkat penetrasi, c) internet dan d) nilai (Afonasova, Panfilova, Galichkina, & Ślusarczyk, 2019).

1.1.2. Gig Ekonomi Variabel Independen (X2)

Gig Ekonomi didefinisikan sebagai program digital berdasarkan model layanan yang memungkinkan pengaturan kerja yang fleksibel. bahwa ekonomi menunjukkan adanya pasar untuk tenaga kerja jangka pendek, tenaga kerja lepas, atau tenaga kerja yang tidak berulang. Pekerjaan dalam gig economy telah muncul sebagai sharing economy yang memanfaatkan pembelajaran berbasis proyek dan hubungan jangka pendek antara klien dan rekan kerja atau hubungan modal-tenaga kerja melalui program digital yang menghubungkan penawaran di sisi tenaga kerja dengan permintaan pekerjaan di sisi konsumen untuk menyelesaikan pekerjaan (Izza, Saharani, Ardiani, & Fransisca, 2024). Adapun Indikatornya adalah: a) fleksibilitas kerja, b) peluang kerja dan, c) tantangan yang dihadapi pekerja gig. (Anwar & Graham, 2021) dan (Davidescu, Apostu, Paul, & Casuneanu, 2020).

1.1.3. Media Sosial (X3)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan parapenggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Rafiq, 2020). Media sosial atau sosmed adalah media komunikasi masa kini yang banyak dimiliki dan digunakan oleh generasi Z sebagai media komunikasi di dunia maya. Para generasi Z dapat menghabiskan waktu berjam-jam dalam satu hari menggunakan media sosial tersebut. Media sosial seperti Instagram, youtube, facebook, whatsapp, tiktok adalah media sosial yang banyak digunakan remaja atau generasi Z saat ini. Artinya media sosial merupakan media komunikasi yang lekat dengan kehidupan generasi Z. Sebagai bagian dari kehidupan Gen Z, apakah media sosial dapat dimanfaatkan (Pujiono, 2021). Adapun indikatornya adalah: a) Adanya konten yang menarik, b) Adanya interaksi antara konsumen dengan penjual c) Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain d) Kemudahan untuk pencarian informasi produk e) Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada public, dan f) Tingkat kepercayaan pada media sosial (Indriyani & Suri, 2020).

1.1.4. Pendapatan dan Ekonomi Islam Variabel Dependen (Y)

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan, baik tunai atau bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu atau kompensasi pemberian jasa kepada orang lain, setiap orang mendapatkan penghasilan karena membantu orang lain. Sedangkan, pendapatan pribadi adalah seluruh macam pendapatan salah satunya pendapatan

yang didapat tanpa melakukan apa-apa yang diterima oleh penduduk suatu negara. Pendapatan pribadi meliputi semua pendapatan masyarakat tanpa menghiraukan apakah pendapatan itu diperoleh dari menyediakan faktor-faktor produksi atau tidak. Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan (Ramadhan, Rahim, Kom, Kom, & Utami, 2023). Adapun Indikatornya adalah: a) Penghasilan bulanan, b) Pekerjaan, c) Anggaran biaya sekolah, d) Beban keluarga yang ditanggung, e) Laba usaha atau omset penjualan (Aziza & Mil, 2021).

Ekonomi Islam adalah salah satu bidang dalam lingkaran syariat Islam, yakni bidang muamalah. Bidang muamalah memiliki cakupan yang begitu luas, di mana mencakup segala hubungan interaktif semua makhluk Tuhan di bumi yang menempatkan manusia sebagai aktor utama (khalifah). Bidang ekonomi merupakan salah satu di antaranya yang khusus membahas interaksional antara manusia dengan sesamanya yang berkaitan dengan materi dan jasa, dalam rangka kesejahteraan mereka dibawa tuntunan Syariah (Sukaيمي, 2022). Adapun Indikatornya adalah: a) menjaga agama, b) menjaga jiwa, c) menjaga akal, d) menjaga keturunan dan e) menjaga harta (Aulia & Yayuk Basuki, 2023). Hipotesis penelitian yang ditetapkan. Ha1: Diduga evolusi digitalisasi ekonomi berpengaruh terhadap pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu: perspektif ekonomi Islam. Ha2: Diduga gig ekonomi berpengaruh terhadap pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu: perspektif ekonomi Islam.

2. Metode

2.1. Populasi, Sampel, dan Metode Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan di Kabupaten Dompu yang menjadi Women Workers Gen Z yang berumur 17-25 tahun, dan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Dompu ditemukan populasi sebanyak 19.412. Sampel penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling. Untuk memperoleh sampel, peneliti melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan hasil dari perhitungan didapat 100 responden yang dijadikan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

2.2. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif ini dilakukan untuk memberi gambaran mengenai objek penelitian dan deskriptif mengenai variabel-variabel penelitian. Adapun variabel yang digunakan adalah evolusi digitalisasi ekonomi (X1), gig ekonomi (X2), media sosial (X3), dan pendapatan women workers gen z: perspektif ekonomi Islam (Y).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	100	19	40	33.60	4.775
Gig Ekonomi	100	17	30	23.42	3.198
Media Sosial	100	15	30	25.26	4.066
Pendapatan Women Workers: Perspektif Ekonomi Islam	100	26	50	42.40	4.857
Valid N (listwise)	100				

Tujuan dari pengujian ini merupakan guna mendapatkan gambaran universal dari informasi riset, tercantum nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, serta standar deviasi dari informasi tersebut:

- 1) Variabel Digitalisasi Ekonomi (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 33,60, lebih tinggi daripada nilai standar deviasi 4,775, yang menunjukkan bahwa data memiliki sebaran yang relatif kecil atau variasi antar responden rendah. Nilai minimum sebesar 19 menggambarkan adanya responden yang sangat tidak setuju, sedangkan nilai maksimum sebesar 40 menunjukkan responden yang sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan manfaat besar dari perkembangan digitalisasi ekonomi, seperti kemudahan dalam memasarkan produk dan jasa, peningkatan kesempatan kerja yang setara bagi perempuan, serta kontribusi positif terhadap peningkatan nilai tambah bagi pekerja perempuan generasi Z.
- 2) Variabel Gig Economy (X2) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 23,42, lebih tinggi dibandingkan standar deviasi 3,198, yang menandakan sebaran data relatif kecil dan variasi antar responden rendah. Nilai minimum sebesar 17 menunjukkan adanya responden yang sangat tidak setuju, sementara nilai maksimum sebesar 30 menggambarkan responden yang sangat setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden menilai gig ekonomi yakni pekerjaan lepas berbasis aplikasi atau platform memberikan kontribusi cukup besar terhadap peningkatan fleksibilitas kerja serta penambahan sumber penghasilan.
- 3) Variabel Media Sosial (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 25,26, lebih tinggi dari standar deviasi 4,066, yang berarti data memiliki sebaran yang kecil dan variasi antar responden rendah. Nilai minimum sebesar 15 menunjukkan adanya responden yang sangat tidak setuju, sedangkan nilai maksimum sebesar 30 menunjukkan responden yang sangat setuju. Hal ini mengandung arti bahwa media sosial dinilai cukup berperan dalam mempermudah pekerjaan melalui kemudahan interaksi dan komunikasi di berbagai platform digital.
- 4) Variabel Pendapatan Women Workers Gen Z dalam Perspektif Ekonomi Islam (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 42,40, yang lebih besar dibandingkan standar deviasi 4,857, menunjukkan sebaran data yang kecil atau variasi yang rendah antar responden. Nilai minimum sebesar 26 menggambarkan adanya responden yang sangat tidak setuju, sementara nilai maksimum sebesar 50 menunjukkan responden yang sangat setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa rata-rata pendapatan responden berada pada kisaran 1–3 juta rupiah per bulan, dengan pendapatan terendah kurang dari 1 juta dan tertinggi 3–5 juta rupiah. Pendapatan tersebut umumnya digunakan untuk kebutuhan yang bermanfaat dan sesuai dengan prinsip syariah Islam, serta mencerminkan adanya variasi pendapatan antar responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dijalani.

3.1.2. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Evolusi Digitalisasi Ekonomi

No. Pernyataan	R hitung	R tabel 5% (100) uji dua arah	Keterangan
Pernyataan 1	0,719	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,720	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,752	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,803	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,674	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,706	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,741	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,767	0,196	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Gig Ekonomi

No. Pernyataan	R hitung	R tabel 5% (100) uji dua arah	Keterangan
Pernyataan 1	0,638	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,716	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,693	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,758	0,196	Valid

Pernyataan 5	0,587	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,774	0,196	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Media Sosial

No. Pernyataan	R hitung	R tabel 5% (100) uji dua arah	Keterangan
Pernyataan 1	0,772	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,812	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,791	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,834	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,858	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,832	0,196	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pendapatan Women Workers Gen Z: Perspektif Ekonomi Islam

No. Pernyataan	R hitung	R tabel 5% (100) uji dua arah	Keterangan
Pernyataan 1	0,617	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,608	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,690	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,650	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,640	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,487	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,664	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,673	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,633	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,641	0,196	Valid

Hasil uji validitas terhadap variabel evolusi digitalisasi ekonomi dengan melibatkan 100 responden dari kalangan women workers Gen Z di Kabupaten Dompu menunjukkan bahwa seluruh 8 butir pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid. Demikian pula, variabel gig ekonomi dengan 6 butir pernyataan, serta variabel media sosial dengan 6 butir pernyataan, semuanya terbukti valid. Selain itu, variabel pendapatan women workers Gen Z yang terdiri dari 10 butir pernyataan juga dinyatakan valid. Penentuan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, di mana r tabel pada uji Product Moment dengan jumlah responden 100 dan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 0,196. Karena seluruh instrumen pada variabel evolusi digitalisasi ekonomi, gig economy, media sosial, serta pendapatan women workers Gen Z dalam perspektif ekonomi Islam memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.1.3. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Keterangan
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	0,875	0,196	Reliabel
Gig Ekonomi	0,783	0,196	Reliabel
Media Sosial	0,899	0,196	Reliabel
Pendapatan Women Workers: Perspektif Ekonomi Islam	0,830	0,196	Reliabel

Hasil Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Variabel evolusi digitalisasi ekonomi, yang terdiri dari 8 butir pernyataan, memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,875, lebih tinggi dari batas minimal reliabilitas ($\alpha \geq 0,60$) dengan r tabel sebesar 0,196. Variabel gig economy, yang mencakup 6 butir pernyataan, memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,783, juga melebihi kriteria umum yang ditetapkan. Selanjutnya, variabel media sosial dengan 6 butir pernyataan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899, yang jauh di atas nilai r tabel 0,196, menandakan reliabilitas yang sangat baik. Adapun variabel pendapatan women workers Gen Z dalam perspektif ekonomi Islam,

yang terdiri dari 10 butir pernyataan, menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,830, lebih tinggi dari standar $\alpha \geq 0,60$ dengan r tabel 0,196. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pada keempat variabel tersebut reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

3.1.4. Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	0.200
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	0.283

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai sig 0,200 > 0,05. Maka dapat diartikan bahwa nilai residual berdistribusi normal, karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

3.1.5. Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	0.546	1.830
Gig Ekonomi	0.652	1.534
Media Sosial	0.489	2.047

a. Dependent Variable: Pendapatan Women Workers: Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil uji multikoleniaritas diketahui variabel evolusi digitalisasi ekonomi nilai toleran 0,546 > 0,10 dan nilai VIF 1,830 < 10,00. Variabel gig ekonomi dengan nilai toleran yang sama, yaitu 0,652 > 0,10, pun nilai VIF, yaitu 1,534 < 10,00, dan Variabel media sosial nilai toleran 0,489 > 0,10 dan nilai VIF 2,047 < 10,00. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas pada semua variabel di atas.

3.1.6. Uji Heterokedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig.
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	0.297
Gig Ekonomi	0.381
Media Sosial	0.806

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui variabel evolusi digitalisasi ekonomi dengan nilai sig 0,297, sig variabel gig ekonomi 0,381, dan sig variabel media sosial 0,806. Dapat dilihat nilai dari semua variabel > 0,05 jadi dapat diinterpretasikan bahwa dari uji yang dilakukan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.1.7. Uji Hipotesis

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	13.508	2.750
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	.185	.093
Gig Ekonomi	.510	.127
Media Sosial	.425	.115

Persamaan analisis model regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam
α	= Konstanta
b_1 dan b_2	= Koefisien Regresi Variabel
X_1	= evolusi digitalisasi ekonomi
X_2	= gig ekonomi
X_3	= media sosial
e	= Standard Error
Y	= $13,508 + 0,185X_1 + 0,510X_2 + 0,425X_3 + e$

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744a	.554	.540	3.294

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gig Ekonomi, Evolusi Digitalisasi Ekonomi

b. Dependent Variable: Pendapatan: Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai Adjusted Rsquare adalah sebesar 0,540, artinya bahwa evolusi digitalisasi ekonomi, gig ekonomi, dan media sosial mampu memberikan pengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam sebesar 54,0% dan sisanya 46,0% dijelaskan oleh variabel bebas yang lainnya yang tidak di ikut sertakan ke model penelitian ini.

Tabel 12. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1318.908	3	439.636	40.508	<.001b
	Residual	1063.612	98	10.853		
	Total	2382.520	101			

a. Dependent Variable: Pendapatan: Perspektif Ekonomi Islam Islam

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Gig Ekonomi, Evolusi Digitalisasi Ekonomi

Berdasarkan pada hasil tabel diatas diketahui bahwa terdapat nilai signifikan sebesar 0.000 nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05. Selain itu nilai Fhitung 40,508 > Ftabel 3,089, jadi dinyatakan bahwa variabel evolusi digitalisasi ekonomi, gig ekonomi, dan media sosial berpengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam.

Tabel 13. Uji T

Model	t	Sig.
(Constant)	4.912	<.001
Evolusi Digitalisasi Ekonomi	1.988	.050
Gig Ekonomi	4.017	<.001
Media Sosial	3.687	<.001

Pengaruh variabel evolusi digitalisasi ekonomi terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam: Berdasarkan tabel, variabel X_1 yaitu evolusi digitalisasi ekonomi memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung adalah 4,360 yang lebih kecil dari t tabel 1,660 dengan probabilitas signifikan 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jadi, evolusi digitalisasi ekonomi (X_1) memiliki pengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam (Y).

Pengaruh variabel gig ekonomi terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam: Berdasarkan tabel, variabel X2 yaitu gig ekonomi memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung adalah 5,472 yang lebih kecil dari t tabel 1,660 dengan probabilitas signifikan 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jadi, gig ekonomi (X2) memiliki pengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam (Y).

Pengaruh variabel media sosial terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam: Berdasarkan tabel, variabel X3 yaitu media sosial memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung adalah 3,687 yang lebih kecil dari t tabel 1,660 dengan probabilitas signifikan 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jadi, media sosial (X3) memiliki pengaruh

3.2. Pembahasan

3.2.1. Evolusi Digitalisasi Ekonomi terhadap Pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu: Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel evolusi digitalisasi ekonomi (X1) berpengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam (Y). Hubungan antara evolusi digitalisasi ekonomi dan pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam tergolong kuat, karena transformasi ekonomi berbasis teknologi digital telah membuka peluang baru bagi perempuan generasi Z, terutama dalam memperoleh pendapatan secara mandiri melalui aktivitas produktif berbasis platform digital. Hal tersebut sejalan dengan teori (Phan, 2025), bahwa evolusi digitalisasi hadir bukan hanya sekedar perpindahan media, tetapi merupakan perubahan fundamental terhadap cara manusia bekerja, berbisnis, dan menciptakan sesuatu yang memiliki nilai. Perkembangan digitalisasi ekonomi di Dompu, seperti pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan aplikasi gig economy, mempermudah perempuan Gen Z untuk masuk ke dunia kerja tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini sejalan dengan karakteristik generasi Z yang adaptif, melek teknologi, dan memiliki preferensi terhadap fleksibilitas kerja. Akses digital memungkinkan mereka untuk menjalankan usaha daring, jasa berbasis aplikasi, maupun menjadi bagian dari rantai pasok digital. Digitalisasi ekonomi berdampak pada diversifikasi sumber penghasilan. (Zirzis, 2024) mengatakan bahwa, dengan lahir dan tumbuh dalam era teknologi digital yang berkembang pesat, Generasi Z telah menjadi agen utama dalam menginisiasi dan mengadaptasi inovasi teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam hal ekonomi. Women Workers Gen Z tidak hanya mengandalkan pekerjaan formal, tetapi juga memperoleh pendapatan tambahan melalui aktivitas digital seperti jualan online, reseller, maupun freelance berbasis platform. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Collins et al., 2021) bahwa, dengan adanya evolusi digitalisasi ekonomi melahirkan ekonomi kreator digital yang mana tidak hanya laki-laki yang bekerja, tetapi juga perempuan/women workers dan aktivitas tersebut terbukti memiliki hubungan yang positif dengan peningkatan pendapatan Generasi Z di wilayah perkotaan. Peningkatan pendapatan tersebut mendukung kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan dasar, membantu keluarga, bahkan mengalokasikan sebagian penghasilan untuk pendidikan atau pengembangan usaha. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mayoritas Women Workers Gen Z di Dompu memperoleh penghasilan dari aktivitas digital yang bersifat produktif dan halal, seperti perdagangan online, jasa kreatif, maupun usaha mikro berbasis aplikasi. Selain itu, sebagian dari mereka juga menyalurkan penghasilan untuk zakat, infak, atau membantu kebutuhan keluarga. Hal ini mencerminkan penerapan maqāṣid al-syarī'ah, khususnya dalam menjaga harta (ḥifẓ al-māl), menjaga jiwa (ḥifẓ al-nafs), serta menjaga keturunan (ḥifẓ al-nasl). Kendati demikian terdapat saran dari hasil penelitian oleh (Siregar, 2025) harus ada hadis yang menunjukkan bahwa nilai-nilai kesejahteraan yang relevan dalam menghadapi tantangan pekerja informal di era digital, serta dapat menjadi landasan bagi regulasi yang lebih adil dan manusiawi. Sejalan dengan penelitian oleh (Siska Novy Isaroh & Wahyu Eko Pujiyanto, 2023), bahwa melalui pemberdayaan digitalisasi ekonomi, fleksibilitas waktu, serta perubahan persepsi dan norma sosial, wanita dalam industri digital yang bekerja menjadi ojek online membuktikan bahwa mereka mampu berkontribusi secara aktif dalam perekonomian keluarga dan memainkan peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Dengan adanya pendapatan tambahan yang diperoleh melalui ojek online, wanita dapat meningkatkan kesejahteraan

keluarga, menciptakan stabilitas finansial, dan memberikan akses yang lebih baik terhadap layanan dan fasilitas lainnya.

3.2.2. Apakah Gig Ekonomi Berpengaruh terhadap Pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu: Perspektif Ekonomi Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gig ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu. Hal ini memperlihatkan bahwa model kerja berbasis fleksibilitas dan teknologi memberikan peluang besar bagi perempuan generasi Z untuk memperoleh penghasilan, meskipun dengan pola kerja non-tradisional. Gig ekonomi adalah sistem kerja berbasis proyek, tugas jangka pendek, atau layanan digital yang difasilitasi oleh platform daring (misalnya e-commerce, jasa transportasi online, freelance, atau konten digital). Di Kabupaten Dompu, perempuan Gen Z semakin banyak yang memanfaatkan model ini karena: Fleksibilitas waktu: mereka dapat bekerja sambil tetap menjalani peran domestik atau studi. Kemudahan akses: cukup bermodalkan smartphone dan koneksi internet. Diversifikasi pekerjaan: mulai dari reseller online, jasa desain grafis, penjualan makanan/minuman via aplikasi, hingga konten kreator. Kondisi ini membuat gig ekonomi menjadi alternatif lapangan kerja di tengah terbatasnya pekerjaan formal di daerah. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa keterlibatan dalam gig ekonomi berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan bulanan Women Workers Gen Z. Pendapatan yang diperoleh relatif bervariasi, tergantung tingkat keterampilan, jaringan pemasaran, serta intensitas waktu yang dicurahkan. Dalam pandangan Islam, setiap usaha yang menghasilkan pendapatan harus sesuai prinsip halal, thayyib, adil, dan bermanfaat. Aktivitas gig ekonomi yang dilakukan perempuan Gen Z di Dompu umumnya berupa perdagangan barang halal, jasa kreatif, atau layanan berbasis digital yang sah menurut syariah. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh (Nurhayati, Adila, & Fibriani, 2024) dan (Lodo et al., 2025), bahwa ekonomi gig menawarkan peluang signifikan bagi individu untuk meningkatkan pendapatan dan fleksibilitas kerja. Sekitar 70% pekerja gig melaporkan peningkatan pendapatan. Hasil sebaran kuesioner dari 100 responden women workers menyatakan bahwa rata-rata mereka tidak mendapatkan perlindungan sosial, dan hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh (Nurlaela & Fitra, 2024), gig ekonomi menurut Madzhab Hamfara dianggap sebagai pisau bermata dua, menawarkan fleksibilitas, kesempatan kerja baru, dan mendorong inovasi kreativitas namun di sisi lain berdampak pada ketidakpastian pendapatan, kurangnya jaminan sosial, dan lemahnya perlindungan hukum bagi tenaga kerja. Hasil penelitian (Natalia, Gugus, & Putranto, 2023) mengatakan bahwa Fenomena gig worker muncul secara pesat yang didukung oleh kemudahan dan perkembangan teknologi yang cepat. Meskipun demikian, gig worker sebagai bagian dari pekerja informal perlu mendapatkan perhatian, khususnya terkait kerentanan pekerjaan mereka. Penelitian oleh (Khairi, 2025) mendapati hasil bahwa pentingnya reformasi dalam kebijakan dan praktik untuk memastikan bahwa gig economy beroperasi sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan.

3.2.3. Media Sosial Berpengaruh terhadap Pendapatan Women Workers Gen Z di Kabupaten Dompu: Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel media sosial (X3) berpengaruh terhadap pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam (Y). Hubungan antara media sosial dan pendapatan women workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam tergolong kuat. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi platform usaha digital yang memungkinkan perempuan muda berpenghasilan secara mandiri. Temuan ini selaras dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa media sosial merupakan pendorong utama tumbuhnya gig economy dan wirausaha digital di kalangan generasi muda. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan pola kerja modern menuju kegiatan ekonomi yang lebih berbasis teknologi dan kreativitas. Meskipun media sosial terbukti berpengaruh positif, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala: a) Persaingan antar-penjual yang semakin ketat sehingga memerlukan kreativitas tinggi, b) Ketergantungan pada algoritma platform yang dapat berubah sewaktu-waktu, c) Risiko penipuan, scam, dan komentar negatif yang

memengaruhi psikologis pengguna, dan d) Keterbatasan modal untuk membuat konten profesional. Namun tidak dengan hasil penelitian (Retha Nabila, Rosmeli, 2025) bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Media sosial yang dipakai untuk promosi akan memberi dampak pada penjual dalam jangka panjang, tetapi dampak terhadap jangka pendek tidak akan terlihat. Faktor yang menyebabkan penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap pendapatan adalah karena pelaku tidak menggunakan strategi pemasaran secara langsung, kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten produk, dan kurangnya interaksi dengan konsumen. Pun penelitian (Husni et al., 2025) menyimpulkan bahwa perempuan pekerja pada sektor informal memiliki kesadaran terhadap transaksi digital, namun adopsi media digital masih terbatas karena kurangnya literasi digital dan ketidakpercayaan terhadap keamanan sistem, Pengguna Media Digital dan Pendapatan Wanita dengan adanya perbedaan adaptasi antar kelompok usia. Meskipun potensi peningkatan pendapatan melalui media digital disadari, pemanfaatannya belum optimal. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi perempuan di sektor informal sangat bergantung pada peningkatan kepercayaan terhadap teknologi dan ketersediaan pelatihan literasi digital komprehensif.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang dilakukan mengenai Apakah Evolusi Digitalisasi Ekonomi, Gig Ekonomi, dan Media Sosial berpengaruh terhadap Pendapatan Women Workers Gen Z: perspektif ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variable digitalisasi ekonomi, gig ekonomi dan media sosial tersebut memberikan pengaruh terhadap variable pendapatan women workers sebesar 54,0%.

Acknowledgment

Penulis menyampaikan rasa syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang telah memberikan dukungan finansial dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada pimpinan dan rekan-rekan di STIE Yapis Dompus, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, kebijakan ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Afonasova, M. A., Panfilova, E. E., Galichkina, M. A., & Ślusarczyk, B. (2019). Digitalization in economy and innovation: The effect on social and economic processes | Digitalizacja w gospodarce i innowacjach: Wpływ na procesy społeczne i ekonomiczne. *Polish Journal of Management Studies*, Vol. 19, pp. 22–32. Retrieved from doi: 10.17512/pjms.2019.19.2.02%0AArticle's
- Amar, Nazar, Eko, A. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Digital Marketing. *Sinergi, Jurnal Masyarakat, Pengabdian*, 1(1), 44–48. Retrieved from <https://journal.jci.co.id/jspm>
- Anwar, M. A., & Graham, M. (2021). Between a rock and a hard place: Freedom, flexibility, precarity and vulnerability in the gig economy in Africa. *Competition and Change*, 25(2), 237–258. <https://doi.org/10.1177/1024529420914473>
- Aulia, F. U., & Yayuk Basuki. (2023). Perempuan Pekerja Dalam Perspektif Maqashid Ekonomi Islam Di Komunitas PEKKA. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(2), 201–211. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i2.10156>
- Aziza, N. A., & Mil, S. (2021). Pengaruh Pendapatan Orang Tua terhadap Status Gizi Anak Usia 4-5 Tahun pada Masa Pandemi COVID-19. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 6(3), 109–120. <https://doi.org/10.14421/jga.2021.63-01>

- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130. Retrieved from <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/464453-metodologi-penelitian-kuantitatif-10d6b58a.pdf>
- Budiarto, D., Islam, U., Raden, N., Palembang, F., Sumberagung, S. N. U., & Timur, O. K. U. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Perspektif Gender Dan Ekonomi Islam : Studi Kasus Akses Pengusaha Umkm Perempuan Terhadap Lembaga. 05(01), 34–45.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). Pengaruh Ekonomi Kreator Digital Terhadap Pendapatan Generasi Z Di Perkotaan: Studi Di Tiktok Dan Youtube Indonesia. 09(03), 167–186. Retrieved from <https://doi.org/10.29040/jie.v9i3.17999>
- Davidescu, A. A. M., Apostu, S. A., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work flexibility, job satisfaction, and job performance among romanian employees-Implications for sustainable human resource management. *Sustainability (Switzerland)*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/su12156086>
- Dwi, J., Amory, S., Mudo, M., & Rhena, J. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. 14, 28–37. Retrieved from <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Effendy, A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Peluang Bisnis Gen Z di Era Digital : Tinjauan Literatur Sistematis. 4(2), 63–67.
- Husni, V. H., Bai, M., Wafik, A. Z., Anggara, J., Ferdaus, N., Andrian, F., ... Informal, S. (2025). Penggunaan Media Digital Dan Pendapatan Wanita Bekerja Pada. 4(1), 136–143.
- Imma Rokhmatul Aysa. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Islam*, 3(2), 140–153. [https://doi.org/Imma Rokhmatul Aysa. \(2021\). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Islam, 3\(2\), 140-153.](https://doi.org/Imma Rokhmatul Aysa. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Islam, 3(2), 140-153.)
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25>
- Irawan, S., Mulyani, S., Darmawan, S. P., Panorama, M., Syariah, E., Ekonomi, F., ... Email, A. (n.d.). Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) Dampak Ekonomi Digital Terhadap Ketenagakerjaan Di Corresponding Author Email : salsabilairawan19@gmail.com.
- Izza, S. R., Saharani, K. D., Ardiani, D., & Franssica, M. L. (2024). Studi Literatur: Analisis Pengaruh Ragam Karakteristik Pekerja Ekonomi Gig terhadap Perekonomian Nasional. *Journal of Regional Economics and Development*, 1(3), 1–20. <https://doi.org/10.47134/jred.v1i3.337>
- Izzati, N. R. (2022). Ketidakseimbangan Kewajiban Para Pihak dalam Regulasi Ojek Online : Distorsi Logika Hubungan Kemitraan Ekonomi Gig Pelindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan. 5(2), 325–356. <https://doi.org/10.22437/ujh.5.2.325-356>
- Khairi, F. (2025). Konsep The Gig Economy Dan Solusi Islamisasi. *Rihlah Iqtishad : Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam Problem*, 2(2), 59–72. Retrieved from <https://doi.org/10.61166/rihlah.v2i1.48%0AVol.>
- Lodo, L. T., Manafe, H. A., Seran, P., Niha, S. S., Katolik, U., Mandira, W., & Milenial, G. (2025). Jurnal Transformasi Pendidikan Berkelanjutan Faktor-Faktor Pendukung Keberhasilan Model Kerja Gig Economy Pada Generasi Milenial Dan Jurnal Transformasi Pendidikan Berkelanjutan. 6(3), 178–194. Retrieved from <https://ejournals.com/ojs/index.php/jtpb/article/view/3116/3764>
- Marlina, L., & Ramadhan, R. A. (n.d.). Will The Income Of Womenpreneurs , Family Size , Husband ' s Income , Wife ' s Income , And Children ' s Income Affect Family Economic Improvement : An Islamic Economic Perspective ? 1340–1352.
- Marlina, L., & Ramadhan, R. A. (2024). Peran Womenpreneur dalam Meningkatkan Perekonomian Rumah Tangga di Kabupaten Dompu : Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(5), 2254–2268. Retrieved from <https://doi.org/10.38035/jmpis.>
- Millah, A., & Hakim, A. L. (2025). Digitalisasi Ekonomi (The Impact Of Economic Digitalization In Consumption Patterns For Gen Z). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 12(1), 65–76.
- Natalia, C., Gugus, F. X., & Putranto, F. (2023). Kerentanan Kesejahteraan Gig Worker di Indonesia Pascapandemi. 12(2), 173–186. Retrieved from <https://doi.org/10.52813/jei.v12i2.479>

- Nurhayati, T., Adila, A. H., & Fibriani, R. (2024). Pemberdayaan Pekerja Perempuan dan Anak pada Pasar Tenaga Kerja Digital Era Gig Economy : Kerangka Hukum untuk Masa Depan yang Lebih Aman. 20, 81-90. Retrieved from <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1617>
- Nurlaela, N., & Fitra, F. (2024). Gig Ekonomi Sebuah Kajian Ekonomi Islam Perspektif Madzhab Hamfara. JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi, 2(4), 25-32. Retrieved from <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE/article/download/719/387>
- Phan, I. K. (2025). Ekonomi Digital Dan Peluang Finansial Generasi Z. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=68ZmEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Ekonomi+Digital+Dan+Peluang+Finansial+Generasi+Z+Phan,+Irwan+Kurnia&ots=z9PBSJ7B0J&sig=nXACKR XbT6SAICFURcgyLs1pmaI&redir_esc=y#v=onepage&q=Ekonomi Digital Dan Peluang Finansial Ge
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. 2(1), 1-19.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. Vol.1 No., 18-29.
- Rahayu, N., Supriyono, I. A., Mulyawan, E., Nurfadhillah, F., & Yulianto, D. R. (2021). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital.
- Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., Kom, S., Kom, M., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). Tahta Media, 02(2), 34-37. Retrieved from <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>
- Retha nabila, Rosmeli, N. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial , Modal Usaha , Dan Tenaga. Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi, 2, 964-978. Retrieved from <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Santoso Imam, M. H. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=bRFTEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metodologi+penelitian+kuantitatif&ots=4kZCognTure&sig=M2r58ToQ_CjNOSTYtzyTGxVD6LM&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi penelitian kuantitatif&f=false
- Siregar, K. N. (2025). Hadith Perspective on the Welfare Rights of Informal Workers : Challenges and Opportunities in the Digital Economy Era. Al-Qarawiyyin : Jurnal Ilmu Ushuluddin, 1(2), 96-113. Retrieved from <https://doi.org/10.64691/al-qarawiyyin.v1i2.24>
- Siska Novy Isaroh, & Wahyu Eko Pujiyanto. (2023). Peran Ojek Online Wanita Guna Menambah Perekonomian Keluarga. Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora, 2(3), 92-103. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v2i3.1310>
- Sitanggang, C. E., Firda, D. A., Ramadhini, R., & Panjaitan, J. M. (2024). Studi Literatur : Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Usaha. 14(1), 23-29.
- Subagio, O., Prajitno, B., Komunikasi, D., & Sgd, U. I. N. (2008). Metodologi Penelitian Kuantitatif. 1-29. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/49225766/Metodologi-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Sukaimi, M. S. & S. (2022). Pengantar Pengembangan Ekonomi Syariah (Vol. 4). Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PENGANTAR+PENGEMBANGAN+EKONOMI+SYARIAH+M+sukaimi&btnG=
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, ... Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Pt. Global Eksekutif Teknologi. Retrieved from <https://repository.umi.ac.id/1989/2/Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf>
- Yuangga, K. D., Studi, P., Ekonomi, P., Pamulang, U., Info, A., & History, A. (2023). Transformasi Digital dalam Pendidikan Ekonomi : Menyiapkan Generasi Muda untuk Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital. 6.
- Zirzis, M. (2024). Evolusi ekonomi di era digital: kontribusi generasi Z dalam perekonomian. Jurnal Literasi Indonesia (JLI), 1(2), 77-83. Retrieved from <https://jli.staiku.ac.id/index.php/st/index>