

## **Bekerja Di Era Platform: Strategi Gen-Z Meningkatkan Daya Saing di Tengah *Gig Economy***

**Nur Hayati<sup>1</sup>, Dani Sopian<sup>2</sup>, Usin Susanto<sup>3</sup>, Nono Sugiono<sup>4</sup>**

<sup>1,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM,

Jl. Belitung No.7 Bandung

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM,

Jl. Belitung No.7 Bandung

Email: nurhanifaris77@gmail.com

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana daya saing Gen-Z dalam lingkungan ekonomi pekerjaan dipengaruhi oleh peluang kerja, tantangan pasar, preferensi sosial, dan pengembangan keterampilan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian yang dikenal sebagai eksplanatori. Data dikumpulkan melalui survei yang dilakukan terhadap seratus responden Gen-Z yang aktif terlibat dalam ekosistem ekonomi pekerjaan Kota Bandung. Untuk menilai pengaruh masing-masing variabel terhadap daya saing, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi sosial, peluang kerja, dan pengembangan keterampilan Gen-Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Gen-Z, sementara tantangan pasar berpengaruh negatif namun signifikan. Sementara itu, semua variabel independen terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing Gen-Z. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa *gig economy* dapat menjadi sarana peningkatan daya saing generasi muda apabila didukung oleh kemampuan pengembangan keterampilan dan strategi adaptasi terhadap dinamika pasar kerja digital.

**Kata Kunci:** Daya Saing Gen-Z, *Gig Economy*, Peluang Kerja.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effects of labor force participation, market forces, skill development, and social preferences on Gen-Z in the gig economy. The study employs a quantitative approach with an eksplanatorial approach. Data was collected through a survey of 100 Gen-Z respondents who actively work in the gig economy in Bandung. Data analysis is done using a miultiple regression line to examine the impact of each variable on the competitiveness. The study's findings indicate that work-related activities, skill development, and social preferences have a positive and significant impact on Gen-Z. Conversely, market forces have a negative but significant impact on Gen-Z. Simultaneously, every independent variable has a significant impact on the daya of Gen-Z. The results of these studies indicate that the freelance economy can be a strategic strategy for improving the competitiveness of young workers, provided that they are able to adapt to the dynamic digital labor market and continue to develop their skills.*

**Keywords:** Gen-Z Competitiveness, *Gig Economy*, Job Opportunities.

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi digital telah mengubah struktur pasar kerja di seluruh dunia (Helen Febrina & M.L. Denny Tewu, 2023). Selain mengubah cara perusahaan mempekerjakan dan mengelola karyawan, perubahan ini membawa bentuk kerja baru yang lebih fleksibel, berbasis proyek, dan dimediasi oleh platform digital (Syuhada, 2017). Fenomena ini disebut *gig economy*, yaitu sistem kerja yang menekankan hubungan kerja yang tidak permanen, fleksibilitas waktu dan tempat, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai penghubung antara penyedia dan pengguna jasa (G, 2024). Dalam konteks Indonesia, pertumbuhan *gig economy* menunjukkan tren yang signifikan, seiring meningkatnya penetrasi internet, adopsi platform digital, dan perubahan preferensi generasi muda terhadap pola kerja konvensional (Oloruntosin Tolulope Joel & Vincent Ugochukwu Oguanobi, 2024).

Kota Bandung sebagai salah satu pusat ekonomi kreatif nasional menjadi ruang tumbuh yang subur bagi perkembangan *gig economy* (Yulianti, 2020). Karakteristik kota ini yang didominasi oleh populasi muda, ekosistem kreatif, serta tingkat literasi digital yang relatif tinggi mendorong munculnya berbagai bentuk pekerjaan berbasis platform, seperti jasa transportasi daring, ekonomi kreatif digital, konten kreator, desain grafis, hingga jasa teknologi informasi (Dewi & Aksari, 2017). Dalam hal ini, Gen-Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir dari akhir 1990-an hingga awal 2010, adalah pelaku utama dan kelompok yang paling adaptif terhadap dinamika ekonomi digital (Kurian & Bindu Madhavi, 2024).

Selain itu, Gen Z digambarkan sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital (Karina et al., 2021). Mereka memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, antara lain tingkat literasi teknologi yang tinggi, preferensi terhadap fleksibilitas kerja, berorientasi pada makna dan keseimbangan hidup, serta kecenderungan memilih jalur karier yang tidak selalu linier (Fisabillillah & Rahmadanik, 2022). Karakteristik ini membuat *gig economy* dipandang sebagai pilihan rasional dan relevan bagi Gen Z, baik sebagai sumber pendapatan utama maupun sebagai sarana eksplorasi karier dan pengembangan diri (Basid & Atmaja, 2022).

Namun demikian, keterlibatan Gen Z dalam *gig economy* tidak terlepas dari berbagai persoalan struktural dan konseptual yang memunculkan perdebatan akademik

(Karina et al., 2021). Di satu sisi, *gig economy* dipandang mampu meningkatkan daya saing individu melalui fleksibilitas, pengalaman kerja lintas bidang, dan peluang pengembangan keterampilan secara mandiri (Hindle, 2007). Di sisi lain, sistem kerja ini juga dikritik karena berpotensi menciptakan ketidakpastian pendapatan, lemahnya perlindungan sosial, minimnya jalur pengembangan karier jangka panjang, serta risiko eksploitasi tenaga kerja berbasis platform (Helen Febrina & M.L. Denny Tewu, 2023).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait dampak *gig economy* terhadap daya saing tenaga kerja, khususnya pada generasi muda. Sejumlah studi menemukan bahwa keterlibatan dalam *gig economy* dapat meningkatkan keterampilan adaptif, kreativitas, dan kemampuan kewirausahaan, yang akhirnya memperkuat persaingan individu dalam pasar kerja yang selalu berubah (G, 2024). Namun, penelitian lain justru menunjukkan bahwa pekerjaan berbasis *gig* cenderung bersifat jangka pendek, kurang terstruktur, dan tidak selalu diikuti oleh peningkatan kompetensi yang berkelanjutan, sehingga berpotensi melemahkan daya saing jangka panjang (Manajemen & Ekonomi, 2011).

Inkonsistensi temuan ini semakin terlihat ketika konteks sosial, ekonomi, dan geografis diperhatikan. Sebagian besar penelitian mengenai *gig economy* dan daya saing masih berfokus pada konteks negara maju atau melihat *gig worker* sebagai kelompok homogen, tanpa membedakan karakteristik generasi maupun kondisi lokal (Basid & Atmaja, 2022). Di Indonesia, kajian mengenai *gig economy* masih didominasi oleh isu fleksibilitas kerja, kesejahteraan pekerja, dan perlindungan tenaga kerja, sementara pembahasan mengenai daya saing Gen Z secara komprehensif masih relatif terbatas (Agamudai et al., 2024). Padahal, daya saing tidak semata-mata karena kemampuan teknis, tetapi juga mencakup aspek motivasi, ketahanan ekonomi, kemampuan beradaptasi, serta kesesuaian nilai kerja dengan tuntutan pasar (Towers et al., 2020). Kajian mengenai *gig economy* telah berkembang pesat dalam satu dekade terakhir, terutama dalam membahas fleksibilitas kerja, motivasi pekerja, dan dampaknya terhadap kesejahteraan (Clarysse et al., 2011). Beberapa penelitian menegaskan bahwa *gig economy* memberikan ruang bagi generasi muda untuk membangun *portfolio career* dan meningkatkan kapasitas adaptif (Staniulienė & Jurova, 2021). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa absennya perlindungan kerja dan ketidakpastian pendapatan justru berpotensi menurunkan kualitas karier jangka panjang (Pinski et al., 2024).

Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang signifikan, khususnya dalam memahami bagaimana *gig economy* membentuk daya saing Gen Z dalam konteks lokal perkotaan seperti Kota Bandung (Mazanec & Zins, 2007). Tanpa pemahaman yang mendalam, *gig economy* berpotensi hanya menjadi solusi jangka pendek bagi permasalahan pengangguran muda, tanpa peran aktual terhadap kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang tidak hanya memotret fenomena *gig economy*, tetapi juga mengkaji faktor-faktor yang mendukung dan menghambat daya saing Gen Z di dalamnya. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus pada Gen-Z sebagai subjek utama dalam ekosistem *gig economy*, pendekatan berbasis konteks lokal Kota Bandung sebagai representasi kota kreatif, serta pengembangan model daya saing Gen Z yang integratif dan aplikatif. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana fenomena *gig economy* dan tingkat daya saing Gen-Z di Kota Bandung dan sejauh mana faktor-faktor dalam *gig economy* berpengaruh terhadap daya saing Gen-Z di Kota Bandung.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian eksplanatori (Karina et al., 2021). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dalam ekosistem *gig economy* terhadap daya saing Gen-Z. Di sisi lain, pengaruh peluang kerja, tantangan pasar, pengembangan keterampilan, dan preferensi sosial terhadap daya saing Gen-Z secara parsial dijelaskan melalui desain *eksplanatori*.

Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, yang berarti data dikumpulkan dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menggambarkan situasi aktual di mana Gen-Z terlibat dalam *gig economy* di Kota Bandung.

Penelitian dilaksanakan di Kota Bandung, yang dipilih secara *purposif* karena karakteristiknya sebagai kota kreatif dengan tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi serta ekosistem *gig economy* yang berkembang pesat. Pengumpulan data dilakukan selama periode penelitian yang telah ditentukan, yaitu 2 bulan (November-Desember 2025), dengan mempertimbangkan ketersediaan responden dan akses terhadap pekerja berbasis platform digital. Seluruh Gen-Z di Kota Bandung termasuk dalam populasi

penelitian yang terlibat dalam pekerjaan berbasis *gig economy*, yang mencakup orang-orang yang bekerja melalui platform digital, baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Penentuan jumlah sampel mempertimbangkan kelayakan analisis regresi linier berganda serta keterbatasan akses terhadap populasi yang bersifat dinamis.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berumur 18–27 tahun (kategori Gen-Z).
2. Berdomisili di Kota Bandung.
3. Terlibat aktif dalam pekerjaan berbasis *gig economy* minimal selama enam bulan.
4. Menggunakan platform digital sebagai sarana utama memperoleh pekerjaan.

Pilihan metode ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki pengalaman yang terkait dengan fenomena yang diteliti. Perangkat lunak statistik digunakan untuk melakukan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Daya saing Gen-Z (Y) dipengaruhi oleh peluang kerja (X<sub>1</sub>), tantangan pasar (X<sub>2</sub>), pengembangan keterampilan (X<sub>3</sub>), dan preferensi sosial (X<sub>4</sub>). Tujuan analisis ini adalah untuk menguji pengaruh ini.

Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen penelitian diuji melalui dua uji:

1. Uji validitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan memiliki kemampuan untuk mengukur variabel yang dimaksud;
2. Uji reliabilitas untuk memastikan bahwa jawaban responden konsisten dengan instrumen penelitian.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Model regresi linier berganda dalam studi ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Daya Saing Gen-Z

X<sub>1</sub> = Peluang Kerja

X<sub>2</sub> = Tantangan Pasar

X<sub>3</sub> = Pengembangan Keterampilan

X<sub>4</sub> = Preferensi Sosial

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$\varepsilon$  = Error term

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menguji hipotesis.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 100 responden Gen-Z yang aktif bekerja dalam ekosistem *gig economy* di Kota Bandung. Seluruh responden memenuhi kriteria penelitian, yaitu berusia 18–27 tahun dan telah terlibat dalam pekerjaan berbasis platform digital minimal selama enam bulan. Data diperoleh melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin.

Terlihat dari profilnya, responden didominasi oleh pekerja di sektor jasa digital dan kreatif, seperti pengemudi transportasi daring, *konten kreator*, desainer grafis, serta penyedia jasa digital lainnya. Karakteristik ini mencerminkan struktur *gig economy* di Kota Bandung yang bertumpu pada sektor kreatif dan layanan berbasis teknologi.

#### Uji Validitas

Untuk menguji validitas, korelasi Pearson digunakan antara skor item dan skor total. Setiap item pernyataan tentang variabel daya saing, preferensi sosial, peluang kerja, tantangan pasar, dan pengembangan keterampilan Gen-Z menunjukkan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,195) pada taraf signifikansi 5%. Oleh karena itu, item pernyataan tersebut dianggap valid dan layak untuk analisis lebih lanjut.

#### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas disajikan dalam Tabel 1. Ini dilakukan dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach.

**Tabel 1.** Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel                       | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Peluang Kerja (X1)             | 0,812            | Reliabel   |
| Tantangan Pasar (X2)           | 0,784            | Reliabel   |
| Pengembangan Keterampilan (X3) | 0,836            | Reliabel   |
| Preferensi Sosial (X4)         | 0,801            | Reliabel   |
| Daya Saing Gen Z (Y)           | 0,845            | Reliabel   |

Semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa sumber daya penelitian adalah reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh peluang kerja (X1), tantangan pasar (X2), pengembangan keterampilan (X3), dan preferensi sosial (X4) terhadap daya saing Gen-Z (Y) ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel                       | B      | Std. Error | Beta   | t      | Sig.  |
|--------------------------------|--------|------------|--------|--------|-------|
| (Constant)                     | 2,114  | 0,642      | –      | 3,292  | 0,001 |
| Peluang Kerja (X1)             | 0,281  | 0,089      | 0,284  | 3,157  | 0,002 |
| Tantangan Pasar (X2)           | -0,193 | 0,076      | -0,201 | -2,539 | 0,013 |
| Pengembangan Keterampilan (X3) | 0,364  | 0,081      | 0,402  | 4,494  | 0,000 |
| Preferensi Sosial (X4)         | 0,217  | 0,094      | 0,198  | 2,307  | 0,023 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2026)

Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2,114 + 0,281X_1 - 0,193X_2 + 0,364X_3 + 0,217X_4$$

### Uji Parsial (Uji t)

1. Peluang kerja (X<sub>1</sub>) memengaruhi daya saing Gen Z secara positif dan signifikan (Sig. 0,002 < 0,05),
2. Tantangan pasar (X<sub>2</sub>) memengaruhi daya saing Gen Z secara negatif dan signifikan (Sig. 0,013 < 0,05),
3. Pengembangan keterampilan (X<sub>3</sub>) memengaruhi daya saing Gen Z secara positif dan signifikan (Sig. 0,000 < 0,05), dan
4. Preferensi sosial (X<sub>4</sub>) memengaruhi daya saing Gen Z secara positif dan signifikan (Sig. 0,023)

### Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Uji F (ANOVA)

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.  |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Regression | 428,317        | 4  | 107,079     | 18,642 | 0,000 |
| Residual   | 546,683        | 95 | 5,754       |        |       |
| Total      | 975,000        | 99 |             |        |       |

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2026)

Daya saing Gen-Z dipengaruhi secara signifikan oleh semua variabel independen secara bersamaan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 di bawah 0,05.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 4.** Model Summary

| R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 0,663 | 0,440    | 0,416             | 2,399                      |

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2026)

Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,416, peluang kerja, tantangan pasar, pengembangan keterampilan, dan preferensi sosial menyumbang 41,6% variasi daya saing Gen-Z. Faktor lain di luar model penelitian memengaruhi sisa variasi.

### Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen-Z mendapatkan keuntungan dari peluang kerja di *gig economy*. Temuan ini mengindikasikan bahwa akses terhadap berbagai jenis pekerjaan dan fleksibilitas yang ditawarkan platform digital memberikan ruang bagi Gen Z untuk meningkatkan pengalaman kerja dan memperluas kompetensi. Hasil ini sejalan dengan pandangan bahwa *gig economy* dapat berfungsi sebagai sarana akumulasi modal manusia apabila dimanfaatkan secara strategis (Tóth-Pajor et al., 2023).

Sebaliknya, tantangan pasar terbukti berpengaruh negatif terhadap daya saing. Tingginya persaingan, ketidakpastian pendapatan, serta minimnya perlindungan kerja berpotensi menghambat kemampuan Gen Z dalam membangun karier yang berkelanjutan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa tanpa dukungan kebijakan dan

strategi adaptasi yang memadai, *gig economy* dapat menimbulkan kerentanan struktural bagi pekerja muda (Sudirjo Frans et al., 2023).

Pengembangan keterampilan menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi daya saing Gen-Z. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk terus meningkatkan kompetensi, baik teknis maupun non-teknis, merupakan faktor kunci dalam menghadapi dinamika kerja berbasis platform. *Gig economy* memberikan peluang belajar yang luas, namun manfaat tersebut sangat bergantung pada inisiatif individu dalam mengelola pembelajaran dan pengalaman. Penemuan ini memiliki manfaat besar bagi individu, lembaga pendidikan, dan pembuat kebijakan ketika mereka membuat rencana untuk meningkatkan daya saing sumber daya manusia di era ekonomi digital.

#### 4. SIMPULAN

Beberapa kesimpulan penting dibuat dari analisis dan diskusi yang dilakukan. Pertama, terbukti bahwa Gen-Z memiliki daya saing yang lebih baik karena memiliki peluang kerja dalam *gig economy*.

Temuan ini menunjukkan bahwa fleksibilitas kerja, kemudahan akses terhadap pekerjaan, serta keberagaman jenis tugas yang ditawarkan platform digital mampu memperluas pengalaman kerja dan meningkatkan kapasitas kompetitif generasi muda di pasar tenaga kerja.

Kedua, tantangan pasar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya saing Gen-Z. Tingkat persaingan yang tinggi, ketidakpastian pendapatan, serta minimnya jaminan kerja menjadi faktor penghambat dalam penguatan daya saing. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa strategi adaptasi yang tepat, *gig economy* berpotensi menciptakan kerentanan kerja bagi pekerja muda.

Ketiga, pengembangan keterampilan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi daya saing Gen-Z. Kemampuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, digital, dan *soft skills* secara berkelanjutan menjadi kunci utama dalam menghadapi dinamika kerja berbasis platform. Temuan ini menegaskan bahwa manfaat *gig economy* sangat bergantung pada kapasitas individu dalam mengelola pembelajaran dan pengalaman kerja.

Keempat, preferensi sosial berdampak positif dan signifikan terhadap daya saing Gen-Z. Kesesuaian antara nilai-nilai kerja Gen-Z, seperti fleksibilitas waktu, otonomi

kerja, dan keseimbangan kehidupan kerja, dengan fitur *gig economy* dapat meningkatkan motivasi dan kinerja. Oleh karena itu, daya saing tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi dan struktural, tetapi juga oleh keselarasan antara orientasi nilai individu dan sistem kerja.

Setiap variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi daya saing Gen-Z secara bersamaan. Model penelitian mampu menjelaskan sebagian besar variasi daya saing, tetapi faktor lain, seperti dukungan kebijakan, pengetahuan keuangan, dan kondisi makroekonomi, dapat memengaruhi.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Agamudai, C., Malarvizhi, N., Nambiar, T. J., & Rahman, H. M. M. (2024). *Effect Of Remote And Hybrid Working On Employee Performance And Job Satisfaction During Post Pandemic*. 30(9), 502–509. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i9.7209>
- Anggraini, A., Sofia, M., Farhani, N. H., Nazifa, D., & Kamalia, R. (n.d.). *Tren Indeks Daya Saing Industri Pariwisata Kota Bandung*. 293–301.
- Basid, R., & Atmaja, J. (2022). *The Effect of Gen-Z Workforce Characteristics on The Gig Economy with Work Life Integration As a Mediator*. <https://doi.org/10.4108/eai.31-3-2022.2320670>
- Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1084–1093. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.05.010>
- Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Oriflame Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(11), 251511.
- Fisabillillah, Y., & Rahmadanik, D. (2022). Implementasi Penerapan Literasi Dan Numerasi Pada Pelaksanaan Kampus Mengajar Angkatan 3 Di Sdn 1 Kedungkumpul, Sukorame, Kabupaten Lamongan. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 876–883. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4879>
- G, D. S. (2024). Gig Economy's Impact On Workforce Dynamics And Economic Resilience. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(6), 1627–1634. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i6.5561>
- Helen Febrina, & M.L. Denny Tewu. (2023). Resiko Sistem Manajemen Kinerja yang Buruk Terhadap Perusahaan Start Up di Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(2), 131–146. <https://doi.org/10.33541/mr.v3i2.5051>
- Hindle, K. (2007). Formalizing The Concept of Entrepreneurial Capacity. *ICSB 2007 : At the Crossroads of East and West, New Opportunities for Entrepreneurship and Small Business : Proceedings of the ICSB World Conference 2007 : 13th-15th*

June 2007, Turku, Finland, 1959, 1–20.

- Karina, D., Alfiyatus Sa'diyah, S., Nabilah, H., & Panorama, M. (2021). Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 2(1), 156–166. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.69>
- Kurian, J. S., & Bindu Madhavi, N. (2024). Navigating the gig economy: exploring challenges and motivations for the wellbeing of Gen Y and Gen Z gig workers. *Cogent Psychology*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2024.2357458>
- Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2011). LEADERSHIP SEBAGAI PRIMARY FORCES DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERGURUAN TINGGI PENDAHULUAN Latar Belakang. *Binus Business Review*, 2(1), 14–30.
- Mazanec, J. A., & Zins, A. H. (2007). *Tourism Destination Competitiveness : From Definition to Explanation ?* <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Oloruntosin Tolulope Joel, & Vincent Ugochukwu Oguanobi. (2024). Entrepreneurial leadership in startups and SMEs: Critical lessons from building and sustaining growth. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(5), 1441–1456. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i5.1093>
- Pinski, M., Hofmann, T., & Benlian, A. (2024). AI Literacy for the top management: An upper echelons perspective on corporate AI orientation and implementation ability. *Electronic Markets*, 34(1), 1–23. <https://doi.org/10.1007/s12525-024-00707-1>
- Ruzzeddu, M. (2023). Smart Working and Remote Working: Innovation within European Union. *Società Mutamento Politica*, 14(28), 77–85. <https://doi.org/10.36253/smp-15015>
- Staniulienė, S., & Jurova, J. (2021). Remote job design possibilities to work in lithuanian companies from distant locations. *Research for Rural Development*, 36, 194–201. <https://doi.org/10.22616/rrd.27.2021.028>
- Sudirjo Frans, Rukmana Arief Yanto, Wandan Hilarius, & Hakim Muhammad Lukman. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <http://bisnisan.nusaputra.ac.id>
- Syuhada, R. (2017). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image Dan Green Marketing Mix Pada Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bandar Lampung. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Tóth-Pajor, Á., Bedő, Z., & Csapi, V. (2023). Digitalization in entrepreneurship education and its effect on entrepreneurial capacity building. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2210891>
- Towers, N., Santoso, A. S., Sulkowski, N., & Jameson, J. (2020). Entrepreneurial

capacity-building in HEIs for embedding entrepreneurship and enterprise creation – a tripartite approach. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(8), 881–899. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2019-0185>

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Volume 5,(1), 69–79.