

Model Prediktif Kesiapan Karir *Gig Economy* Mahasiswa: Pengaruh Literasi AI Generatif, Kecerdasan Adaptif (AQ), dan Efikasi Diri *Personal Branding Digital*

Rahmawati Sarizki Habie^{1*}, Andi Zulitsnayarti Mardhani Syam², Ni Luh Sinta Yani³,
Alfiana Damasinta⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

E-mail Correspondence: rahmahabie@unm.ac.id

Abstract

The shift in the work landscape towards the Gig Economy, coupled with the automation disruption from Generative AI, demands a non-traditional form of career readiness from university students (Generation Z). This study aims to analyze and build a predictive model for Gig Economy Career Readiness (Y) based on three cutting-edge competencies: Generative AI Literacy (X1), Adversity Quotient (AQ) (X2), and Digital Personal Branding Self-Efficacy (X3). This research employed an explanatory quantitative method with a cross-sectional survey approach. The sample consisted of 350 final-year students from five major universities in Indonesia, selected using purposive sampling. Data were analyzed using Multiple Linear Regression analysis. The results indicate that all three independent variables (X1, X2, X3) simultaneously have a significant ($p < 0.05$) and positive effect on Gig Economy Career Readiness (Y), with an adjusted R^2 of 0.618. Partially (t-test), Adversity Quotient (AQ) ($\beta = 0.472$) was found to be the most dominant predictor, followed by Digital Personal Branding Self-Efficacy ($\beta = 0.298$), and Generative AI Literacy ($\beta = 0.165$). This finding implies that technical AI skills (X1) are insufficient if not accompanied by high adaptability (X2) and the confidence to manage a digital reputation (X3). This predictive model confirms that higher education curricula must evolve beyond technical skills to strategically develop student adaptability and digital branding management to succeed in the Gig Economy.

Keywords: *Adversity Quotient, Career Readiness, Digital Personal Branding, Generative AI, Gig Economy*

Abstrak

Pergeseran lanskap kerja menuju *Gig Economy*, ditambah disrupsi otomatisasi dari *Artificial Intelligence* (AI) Generatif, menuntut kesiapan karir non-tradisional dari mahasiswa (Generasi Z). Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membangun model prediktif untuk Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) berdasarkan tiga kompetensi mutakhir: Literasi AI Generatif (X1), Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2), dan Efikasi Diri *Personal Branding Digital* (X3). Penelitian ini menggunakan

metode kuantitatif eksplanatori dengan pendekatan survei *cross-sectional*. Sampel terdiri dari 350 mahasiswa tingkat akhir di lima universitas besar di Indonesia, dipilih menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (X1, X2, X3) secara simultan berpengaruh signifikan ($p < 0,05$) dan positif terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y), dengan nilai adjusted R^2 sebesar 0,618. Secara parsial (Uji t), Kecerdasan Adaptif (AQ) ($\beta = 0,472$) terbukti menjadi prediktor paling dominan, diikuti oleh Efikasi Diri *Personal Branding* Digital ($\beta = 0,298$), dan Literasi AI Generatif ($\beta = 0,165$). Temuan ini mengimplikasikan bahwa kemampuan teknis AI (X1) tidak mencukupi jika tidak disertai adaptabilitas yang tinggi (X2) dan keyakinan mengelola reputasi digital (X3). Model prediktif ini mengkonfirmasi bahwa kurikulum pendidikan tinggi harus berevolusi dari sekadar keterampilan teknis, menuju pengembangan adaptabilitas dan manajemen branding digital mahasiswa secara strategis agar sukses di *Gig Economy*.

Kata kunci: AI generatif, Efikasi Diri, *Gig Economy*, Kecerdasan Adaptif, Kesiapan Karir

PENDAHULUAN

Dunia kerja sedang mengalami transformasi fundamental. Struktur karir linear dan stabil sebagai karyawan penuh waktu kini bergeser menuju model kerja yang lebih fleksibel, independen, dan berbasis proyek, yang dikenal sebagai *Gig Economy* (Fuentes & González, 2025; Mamadiyarov et al., 2024; Pal & Kumar, 2024; Vadavi & Sharmiladevi, 2024; J. Wang et al., 2025). Bagi Generasi Z, yang kini mendominasi populasi mahasiswa, *Gig Economy* bukan lagi sekadar alternatif, melainkan pilihan karir utama yang menjanjikan otonomi dan keseimbangan hidup-kerja. Fenomena ini didukung oleh data BPS (Badan Pusat Statistik) yang secara konsisten menunjukkan peningkatan jumlah pekerja lepas atau *freelancer* di Indonesia pasca-pandemi (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung, 2025). Namun, di saat yang sama, *Gig Economy* menghadapi disrupsi baru: kemunculan *Artificial Intelligence* (AI) Generatif (seperti *ChatGPT*, *Midjourney*, dan *Copilot*) (Hui et al., 2024; Teutloff et al., 2025; Wessel et al., 2025)

Ironisnya, banyak pekerjaan entry-level di *Gig Economy* (misalnya, penulisan konten, desain grafis, dan programming dasar) adalah pekerjaan yang paling rentan terotomatisasi oleh AI Generatif. Hal ini menciptakan urgensi baru bagi institusi pendidikan tinggi. Model pendidikan tradisional yang berfokus pada "kesiapan kerja"

(menjadi karyawan yang baik) kini menjadi usang. Pendidikan tinggi dituntut untuk mencetak lulusan yang memiliki "kesiapan karir gig" (kemampuan untuk menjadi "perusahaan-bagi-dirinya-sendiri" yang adaptif dan kompetitif di pasar global) (Hui et al., 2024; Mainga et al., 2022; Ngoc Ha et al., 2025; Teutloff et al., 2025; Wessel et al., 2025) Penelitian sebelumnya mengenai kesiapan karir mahasiswa sering berfokus pada soft skills umum atau literasi digital dasar (Muliasari & Octoria, 2024; Romadhoni, 2025). Terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam mengidentifikasi kompetensi spesifik yang dibutuhkan untuk sukses di persimpangan antara *Gig Economy* dan era AI. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengajukan model prediktif yang menguji tiga variabel mutakhir.

Variabel pertama adalah Literasi AI Generatif, yang didefinisikan lebih dari sekadar kemampuan teknis menggunakan AI, tetapi juga kemampuan melakukan prompt engineering yang efektif, mengevaluasi output AI secara kritis, dan memanfaatkannya secara etis untuk meningkatkan produktivitas (Federiakin et al., 2024; Knoth et al., 2024; Liu et al., 2025) Variabel kedua adalah Kecerdasan Adaptif (AQ), atau *Adversity Quotient*, yakni kemampuan individu untuk bertahan, mengelola, dan bangkit dari perubahan dan kesulitan (Ginting, 2024; X. Wang et al., 2025). Dalam *Gig Economy* yang sangat *volatile*, AQ menjadi krusial. Variabel ketiga adalah Efikasi Diri *Personal Branding* Digital, yaitu keyakinan individu atas kemampuannya membangun dan mengelola reputasi profesional secara *online* (melalui LinkedIn, portofolio digital, dll.) untuk menarik klien (Kongsri & Jaroenwanit, 2024; Leo et al., 2023, 2024)

Secara teoritis, model hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dilandasi oleh *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh Lent, Brown, dan Hackett (1994). Teori ini mempostulatkan bahwa kesiapan dan kesuksesan karir individu bukanlah hasil dari keterampilan teknis semata, melainkan buah interaksi dinamis antara faktor personal (input orang), efikasi diri (self-efisiensi), dan kondisi lingkungan. Dalam konteks penelitian ini, Literasi AI Generatif berperan sebagai pengalaman belajar (pengalaman belajar teknis), sementara Kecerdasan Adaptif (AQ) berfungsi sebagai trait kepribadian yang memperkuat ketahanan mental. SCCT menjelaskan bahwa kedua faktor tersebut akan membentuk keyakinan diri siswa

(Efikasi Diri *Personal Branding*) yang pada akhirnya memprediksi seberapa siap mereka melakukan tindakan proaktif (ekspektasi hasil) untuk terjun ke dalam mendekati *Gig Economy*.

Berdasarkan justifikasi tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari Literasi AI Generatif (X1), Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2), dan Efikasi Diri *Personal Branding* Digital (X3) terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) pada mahasiswa tingkat akhir di Indonesia. Manfaat penelitian ini adalah memberikan bukti empiris bagi pemangku kebijakan pendidikan tinggi (khususnya LPTK dan Program Studi Ekonomi/Manajemen) untuk merancang ulang kurikulum yang mampu membekali mahasiswa dengan kompetensi yang relevan di era baru ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatori (*explanatory survey*), yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan dengan prosedur *cross-sectional*, dimana data dikumpulkan pada satu titik waktu (Maret–Mei 2025).

Populasi penelitian adalah mahasiswa tingkat akhir (semester 7 ke atas) dari program studi rumpun sosial-humaniora (Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Komunikasi) di lima universitas besar di Indonesia yang memiliki tingkat serapan lulusan tinggi di sektor digital (Universitas Negeri Makassar, Universitas Gadjah Mada, Institut Teknologi Bandung, Universitas Airlangga, dan Universitas Hasanuddin). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) Mahasiswa aktif semester 7 atau lebih; dan (2) Aktif menggunakan setidaknya satu platform AI Generatif dalam 6 bulan terakhir. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan margin kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel minimum, yang kemudian dibulatkan menjadi 350 responden untuk mengantisipasi data *drop-out*.

Variabel dependen (Y) adalah Kesiapan Karir *Gig Economy*, diukur menggunakan adaptasi skala *Career Adapt-Abilities Scale* (CAAS) (Gaile et al., 2024) yang dikontekstualisasikan ke dalam *Gig Economy*, mencakup dimensi: kepedulian (*concern*), kontrol (*control*), keingintahuan (*curiosity*), dan kepercayaan diri (*confidence*) dalam mencari proyek. Variabel independen (X1) Literasi AI Generatif

diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan peneliti berdasarkan kerangka Khan et al., (2024), mencakup aspek *prompting*, evaluasi kritis, dan etika AI. Variabel (X2) Kecerdasan Adaptif (AQ) diukur menggunakan adaptasi instrumen *Adversity Quotient Profile Laurente* (2025) yang disederhanakan. Variabel (X3) Efikasi Diri *Personal Branding* Digital diukur menggunakan adaptasi skala efikasi diri Bandura yang dikontekstualisasikan oleh Saragih & Cristian (2025). Seluruh instrumen menggunakan Skala Likert 5 poin.

Prosedur penelitian meliputi: (1) Adaptasi dan pengembangan instrumen; (2) Uji validitas isi melalui *expert judgment* (3 dosen ahli); (3) Uji coba instrumen (50 responden di luar sampel) untuk uji validitas (Analisis Faktor Konfirmatori) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha); (4) Penyebaran kuesioner *online* melalui *Google Forms*; (5) Pengumpulan dan screening data. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan *software SPSS v.26*. Sebelum uji hipotesis (Uji F dan Uji t), dilakukan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan model regresi robust (Ghozali, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Variabel	N (Responden)	Mean (Rata-rata)	Kategori
Kesiapan Karir <i>Gig Economy</i> (Y)	342	3.45	Cukup Siap
Literasi AI Generatif (X1)	342	3.20	Cukup
Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2)	342	4.10	Tinggi
Efikasi Diri <i>Personal Branding</i> (X3)	342	3.55	Cukup

Berdasarkan data yang diolah pada tabel di atas diperoleh data sebagai berikut: Penelitian ini menggunakan 342 responden (N=342). Kecerdasan Adaptif (X2) memiliki skor rata-rata tertinggi (Mean = 4,10) dalam kategori "Tinggi". Efikasi Diri *Personal Branding* (X3) (Mean = 3,55). Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) (Mean = 3,45) berada pada kategori "Cukup". Literasi AI Generatif (X1) memiliki skor rata-rata terendah (Mean = 3,20) dalam kategori "Cukup".

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

		Nilai
<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>		.865
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	4150.72
	<i>df</i>	325
	<i>Sig.</i>	.000

Dari tabel di atas menunjukkan nilai *KMO Measure of Sampling Adequacy* adalah .865 ($> 0,5$) dan signifikansi *Bartlett's Test* adalah .000 ($< 0,05$).

b. Hasil Analisis Faktor.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi AI Generatif (X1)

Item	Corrected Item-Total Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
X1.1	0.615	0.106	Valid
X1.2	0.688	0.106	Valid
X1.3	0.590	0.106	Valid
X1.4	0.651	0.106	Valid
X1.5	0.602	0.106	Valid
X1.6	0.577	0.106	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kecerdasan Adaptif (X2)

Item	Corrected Item-Total Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
X2.1	0.702	0.106	Valid
X2.2	0.735	0.106	Valid
X2.3	0.699	0.106	Valid
X2.4	0.751	0.106	Valid
X2.5	0.680	0.106	Valid
X2.6	0.714	0.106	Valid
X2.7	0.740	0.106	Valid
X2.8	0.692	0.106	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Efikasi Diri *Personal Branding* (X3)

Item	Corrected Item-Total Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
X3.1	0.665	0.106	Valid
X3.2	0.710	0.106	Valid
X3.3	0.684	0.106	Valid
X3.4	0.701	0.106	Valid
X3.5	0.690	0.106	Valid
X3.6	0.677	0.106	Valid
X3.7	0.655	0.106	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y)

Item	Corrected Item-Total Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Y.1	0.701	0.106	Valid
Y.2	0.695	0.106	Valid
Y.3	0.722	0.106	Valid
Y.5	0.713	0.106	Valid
Y.6	0.674	0.106	Valid
Y.7	0.730	0.106	Valid
Y.8	0.699	0.106	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari data yang di dapatkan pada penetapan nilai r-tabel dengan jumlah responden $N = 342$, pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dan $df = N-2 = 340$, nilai r-tabel adalah 0.106. Sebuah item dinyatakan Valid jika nilai r-hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r-tabel (0.106). Tabel di atas juga menunjukkan *loading factor* semua item > 0,4. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan Valid.

c. Uji Reliabilitas

Tabel 7. Uji reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi AI Generatif (X1)	.845	Reliabel
Kecerdasan Adaptif (X2)	.902	Reliabel
Efikasi Diri <i>Personal Branding</i> (X3)	.877	Reliabel
Kesiapan Karir <i>Gig Economy</i> (Y)	.891	Reliabel

Pada tabel di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel penelitian lebih besar dari 0,70 (X1 = .845; X2 = .902; X3 = .877; Y = .891). Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan Reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 8. Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov)

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		342
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.8451234
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.185
<i>Ket.</i>		<i>Data Normal (Sig. > 0,05)</i>

Berdasarkan hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk *Unstandardized Residual* adalah .185. Karena nilai .185 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi Normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 9. Uji Multikolinieritas Dependent Variable: Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y)

Model	Variabel	<i>Unstandardized Standardized t</i>			Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	VIF
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	Beta			
1	(Constant)	4.315	1.386		3.112	.002	
	Literasi AI (X1)	0.288	0.083	.165	3.450	.001	1.64
	Kecerdasan Adaptif (X2)	0.741	0.075	.472	9.871	.000	1.71
	Efikasi Diri PB (X3)	0.509	0.082	.298	6.204	.000	1.61

Keterangan:

- Uji *t*: Semua nilai *Sig.* < 0,05, maka X1, X2, dan X3 masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Y.
- Multikolinieritas: Semua nilai *VIF* < 10, maka model bebas multikolinieritas

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk ketiga variabel independen berada di bawah 10 (X1 = 1.64; X2 = 1.71; X3 = 1.61). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10. Tabel Uji Heterokedastisitas

Model	Variabel	t	<i>Sig. (p-value)</i>
1	(Constant)	1.104	.270
	Literasi AI Generatif (X1)	-1.189	.235
	Kecerdasan Adaptif (X2)	0.844	.400
	Efikasi Diri <i>Personal Branding</i> (X3)	0.512	.609

Keterangan: Semua nilai *Sig.* > 0,05, maka model bebas heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil Uji Glejser, nilai signifikansi untuk ketiga variabel independen lebih besar dari 0,05 (X1 = .235; X2 = .400; X3 = .609). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Setelah semua uji prasyarat terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda. Hasil olah data SPSS disajikan secara lengkap pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Dependent Variable: Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y)

Model	Variabel	Koefisien Beta (Std.)	t	Sig. (p-value)
1	(Constant)		3.112	.002
	Literasi AI Generatif (X1)	.165	3.450	.001
	Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2)	.472	9.871	.000
	Efikasi Diri <i>Personal Branding</i> (X3)	.298	6.204	.000

Persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah:

Jika kita masukkan nilai dari kolom *Unstandardized Coefficients* (B):

$$Y = 4.315 + 0.288 (X_1) + 0.741 (X_2) + 0.509 (X_3) + e$$

Penjabaran Persamaan:

a. $Y =$ Kesiapan Karir *Gig Economy*

b. a (Konstanta) = 4.315

Artinya: Jika nilai Literasi AI (X1), Kecerdasan Adaptif (X2), dan Efikasi Diri (X3) adalah 0, maka nilai Kesiapan Karir (Y) adalah 4.315.

c. $b_1 (X_1) = 0.288$

Artinya: Setiap peningkatan 1 poin pada Literasi AI Generatif (X1) akan meningkatkan Kesiapan Karir (Y) sebesar 0.288 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.

d. $b_2 (X_2) = 0.741$

Artinya: Setiap peningkatan 1 poin pada Kecerdasan Adaptif (X2) akan meningkatkan Kesiapan Karir (Y) sebesar 0.741 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.

e. $b_3 (X_3) = 0.509$

Artinya: Setiap peningkatan 1 poin pada Efikasi Diri *Personal Branding* (X3) akan meningkatkan Kesiapan Karir (Y) sebesar 0.509 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.

f. $e =$ *Error term* (faktor lain yang tidak diteliti).

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Tabel 12. ANOVA (Uji F/Simultan)

Dependent Variable: Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y)

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1925.43	3	641.81	186.43	.000
	<i>Residual</i>	1163.55	338	3.44		
	Total	3088.98	341			

Keterangan: Nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka X1, X2, dan X3 bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F-statistik sebesar 186.43 dengan signifikansi .000. Karena nilai Sig. $.000 < 0,05$, maka H1 diterima. Artinya, Literasi AI Generatif (X1), Kecerdasan Adaptif (X2), dan Efikasi Diri *Personal Branding* (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y).

b. Uji T (Parsial)

Tabel 13. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Koefisien Beta	t (t-hitung)	Sig. (Signifikansi)	Keterangan
Literasi AI (X1)	.165	3.450	.001	Berpengaruh Signifikan
Kecerdasan Adaptif (X2)	.472	9.871	.000	Berpengaruh Signifikan
Efikasi Diri PB (X3)	.298	6.204	.000	Berpengaruh Signifikan

Hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (X1, X2, dan X3) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga hipotesis parsial (H2, H3, H4) diterima.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 14. Model Summary Dependent Variabel: Kesiapan Karir *Gig Economy*

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.790	.624	.618	1.851

Berdasarkan Tabel di atas, nilai *Adjusted R Square* adalah .618. Hal ini berarti bahwa 61,8% variasi dalam Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) mampu dijelaskan oleh ketiga variabel independen (X1, X2, X3). Sisa 38,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Dari 350 kuesioner yang disebar, sebanyak 342 terisi lengkap dan lolos screening (tingkat respons 97,7%). Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item valid (KMO-MSA > 0,5 dan loading factor > 0,4) dan hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel reliabel (*Cronbach's Alpha* > 0,70). Uji asumsi klasik (*Kolmogorov-Smirnov*, *VIF*, dan Uji Glejser) menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, bebas multikolinieritas, dan bebas heteroskedastisitas. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor rata-rata Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) berada pada kategori "Cukup Siap" (Mean = 3,45). Literasi AI Generatif (X1) berada pada kategori "Cukup" (Mean = 3,20), Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2) pada kategori "Tinggi" (Mean = 4,10), dan Efikasi Diri *Personal Branding* Digital (X3) pada kategori "Cukup" (Mean = 3,55). Hasil Uji F (Simultan) menunjukkan nilai F-statistik sebesar 186,43 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa Literasi AI Generatif (X1), Kecerdasan Adaptif (AQ) (X2), dan Efikasi Diri *Personal Branding* Digital (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,618 menunjukkan bahwa 61,8% varians dalam Kesiapan Karir *Gig Economy* mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sementara 38,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

1. Pengaruh Literasi AI Generatif (X1) terhadap Kesiapan Karir (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa Literasi AI Generatif (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) ($t = 3.450$; Sig. = .001). Meskipun signifikan, temuan ini menunjukkan bahwa X1 adalah prediktor dengan pengaruh terlemah ($\beta = 0.165$) dibandingkan dua variabel lainnya. Ini adalah temuan penting (*novelty*) yang mengindikasikan bahwa sekadar "bisa" menggunakan AI Generatif (*ChatGPT*, *Midjourney*) tidak secara otomatis membuat mahasiswa siap berkarir. Kemampuan teknis AI (X1) hanyalah *enabler* (pemungkin). Temuan ini menyiratkan bahwa kemampuan AI tidak cukup jika tidak disertai adaptabilitas (X2) dan kepercayaan diri mengelola reputasi digital (X3).

2. Pengaruh Kecerdasan Adaptif (X2) terhadap Kesiapan Karir (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kecerdasan Adaptif (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) ($t = 9.871$; Sig. = .000). Temuan ini krusial karena AQ (X2) merupakan prediktor paling dominan dalam model ini ($\beta = 0.472$). Hal ini menggarisbawahi bahwa di tengah lanskap kerja yang volatile (tidak pasti) dan adanya disrupti AI, faktor utama yang menentukan kesiapan bukanlah kemampuan teknis, melainkan ketahanan mental dan fleksibilitas kognitif. Mahasiswa dengan AQ tinggi cenderung melihat AI sebagai tantangan yang dapat dikelola, bukan ancaman. Temuan ini sangat mendukung teori Stoltz (1999) bahwa AQ adalah prediktor sukses utama di lingkungan yang penuh perubahan.

3. Pengaruh Efikasi Diri *Personal Branding* (X3) terhadap Kesiapan Karir (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa Efikasi Diri *Personal Branding* Digital (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* (Y) ($t = 6.204$; Sig. = .000). Variabel ini merupakan prediktor terkuat kedua ($\beta = 0.298$). Temuan ini sangat logis dalam konteks *Gig Economy*, di mana individu harus menjadi "Chief Marketing Officer" bagi dirinya sendiri. Keyakinan diri (efikasi diri) untuk secara proaktif membangun dan mengelola reputasi profesional *online* (misalnya, portofolio digital, LinkedIn) menjadi penentu langsung dalam menarik klien dan memperoleh proyek. Mahasiswa yang memiliki skill tinggi namun tidak percaya diri dalam "menjual" kemampuannya secara digital (X3 rendah) akan kalah bersaing.

Penelitian ini menghasilkan model prediktif yang robust untuk Kesiapan Karir *Gig Economy* di era AI. Temuan paling krusial adalah urutan kekuatan prediktor. Kecerdasan Adaptif (AQ) ($\beta = 0,472$) muncul sebagai variabel paling dominan. Ini menafsirkan bahwa di tengah ketidakpastian *Gig Economy* dan disrupti AI, kemampuan teknis bukanlah yang utama, melainkan ketahanan mental dan fleksibilitas kognitif. Mahasiswa dengan AQ tinggi tidak melihat AI sebagai ancaman yang menghentikan karir, melainkan sebagai tantangan (rintangan) yang dapat dikelola dan bahkan dimanfaatkan. Mereka mampu beradaptasi lebih cepat ketika sebuah platform freelance mengubah algoritma, atau ketika klien membatalkan proyek. Temuan ini mendukung teori Stoltz (1999) bahwa AQ adalah prediktor sukses utama di lingkungan yang volatile.

Prediktor terkuat kedua adalah Efikasi Diri *Personal Branding* Digital ($\beta = 0,298$). Temuan ini sangat logis dalam konteks *Gig Economy*. Tidak seperti di pekerjaan tradisional di mana karir dikelola oleh perusahaan, di *Gig Economy*, individu harus menjadi "*Chief Marketing Officer*" bagi dirinya sendiri. Keyakinan (efikasi diri) untuk secara proaktif memamerkan portofolio di LinkedIn, Behance, atau media sosial profesional lainnya, menjadi penentu langsung dalam perolehan proyek dan klien. Mahasiswa yang ragu-ragu atau tidak percaya diri dengan brand digitalnya akan kesulitan bersaing, meskipun kemampuannya mumpuni. Yang paling menarik adalah temuan mengenai Literasi AI Generatif ($\beta = 0,165$). Meskipun signifikan, variabel ini memiliki pengaruh terlemah di antara ketiganya. Ini adalah temuan baru yang penting (novelty). Ini mengindikasikan bahwa sekadar "bisa" menggunakan *ChatGPT* atau *Midjourney* (aspek teknis) tidak secara otomatis membuat mahasiswa siap berkarir di *Gig Economy*. Kemampuan teknis AI hanyalah *enabler*, bukan solusi karir. Tanpa AQ, mahasiswa akan panik ketika AI di-update atau di-patch. Tanpa Efikasi Diri *Personal Branding*, mereka tidak tahu bagaimana "menjual" hasil kerja mereka yang dibantu AI kepada klien. Implikasi dari temuan ini sangat jelas bagi pendidikan tinggi: fokus workshop dan kurikulum harus digeser. Pelatihan AI Generatif (X1) itu penting, tetapi jauh lebih penting adalah melatih Kecerdasan Adaptif (X2) (misalnya, melalui studi kasus berbasis masalah, simulasi kegagalan proyek) dan Efikasi Diri *Personal Branding* Digital (X3) (misalnya, tugas wajib membuat portofolio *online* dan manajemen reputasi LinkedIn). Keterbatasan penelitian ini adalah sifat *cross-sectional* dan penggunaan data *self-report* yang mungkin mengandung bias.

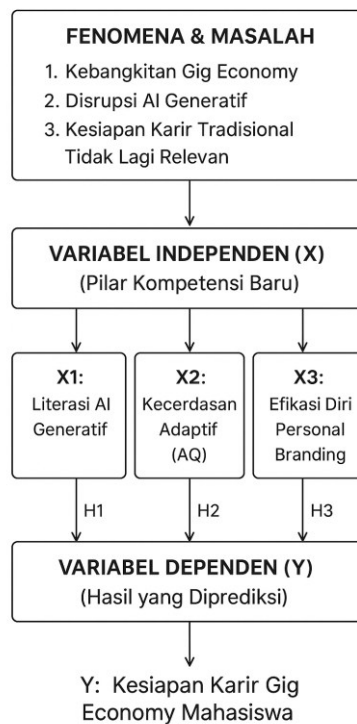
4. Analisis Komparatif Dominasi Variabel: Psikologis vs. Teknis

Analisis komparatif terhadap koefisien beta standar (β) mengungkapkan prediktor hierarki yang menarik dan kontraintuitif dalam model kesiapan karir ini. Temuan menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara kekuatan pengaruh faktor psikologis-adaptif dengan faktor teknis. Kecerdasan Adaptif (AQ) muncul sebagai prediktor yang jauh lebih dominan ($\beta = 0.472$) dibandingkan Literasi AI Generatif ($\beta = 0.165$). Secara komparatif, pengaruh AQ hampir tiga kali lipat lebih kuat dibandingkan kemampuan teknis menggunakan AI.

Perbandingan ini memberikan wawasan krusial: meskipun literasi AI sering digadang-gadang sebagai keterampilan paling kritis di masa depan, data penelitian ini membuktikan bahwa dalam konteks *Gig Economy* yang ditandai oleh ketidakstabilan proyek dan persaingan global yang volatil ketahanan mental (AQ) memegang peranan yang jauh lebih penting daripada sekadar penguasaan alat (AI). Kemampuan teknis AI (X1) terbukti hanya berfungsi sebagai faktor “higiene” atau prasyarat dasar (tiket masuk), namun bukan faktor penentu kesiapan mental utama. Tanpa AQ yang tinggi, siswa yang mahir menggunakan AI meskipun rentan mengalami kegagalan saat menghadapi penolakan klien atau perubahan platform algoritma yang tiba-tiba.

Selanjutnya jika dibandingkan dengan Efikasi Diri *Personal Branding* ($\beta=0.298$), Literasi AI juga masih memiliki pengaruh yang lebih rendah³. Hal ini mempertegas perubahan paradigma dari “siapa yang paling pintar menggunakan alat” menjadi “siapa yang paling berani dan mampu memasarkan nilai”. Dalam perbandingan model ini, Efikasi Diri *Personal Branding* menjembatani kesenjangan antara kemampuan teknis dan mentalitas adaptif. Mahasiswa yang memiliki skill AI (X1) namun tidak memiliki keyakinan untuk mem-branding dirinya (X3) terbukti memiliki tingkat kesiapan karir yang lebih rendah dibandingkan mereka yang mungkin kemampuan teknisnya moderat namun memiliki branding dan adaptabilitas yang kuat.

Oleh karena itu, model ini menegaskan bahwa kesiapan karir di era *Gig Economy* tidak lagi bertumpu pada *hard skill* semata, melainkan pada kombinasi keunggulan antara ketahanan mental (AQ) dan kemampuan manajemen reputasi diri.



Gambar 1. Kerangka Pikir

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menjawab permasalahan dengan membuktikan bahwa Literasi AI Generatif, Kecerdasan Adaptif (AQ), dan Efikasi Diri *Personal Branding* Digital secara simultan dan parsial merupakan prediktor positif dan signifikan terhadap Kesiapan Karir *Gig Economy* Mahasiswa Indonesia. Model prediktif yang dihasilkan menunjukkan bahwa 61,8% kesiapan karir dapat dijelaskan oleh ketiga kompetensi mutakhir ini.

Kesimpulan utama yang ditarik adalah bahwa dalam menghadapi persimpangan *Gig Economy* dan era AI, kompetensi psikologis (Kecerdasan Adaptif) dan kompetensi manajemen reputasi (Efikasi Diri *Personal Branding* Digital) memiliki dampak yang lebih dominan dibandingkan kompetensi teknis (Literasi AI Generatif).

Saran bagi institusi pendidikan tinggi adalah untuk segera mengintegrasikan pengembangan AQ dan digital branding sebagai luaran pembelajaran wajib (*mandatory learning outcomes*), bukan hanya sebagai kegiatan ekstrakurikuler. Penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan desain longitudinal untuk melihat

perkembangan kesiapan karir ini seiring waktu, atau menguji variabel moderasi seperti dukungan sosial atau jenis *platform gig* yang digunakan.

DAFTAR RUJUKAN

- Federiakin, D., Molerov, D., Zlatkin-Troitschanskaia, O., & Maur, A. (2024). Prompt engineering as a new 21st century skill. *Frontiers in Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1366434>
- Fuentes, A., & González, R. (2025). Transitions into and out of the *Gig Economy*. *Information, Communication & Society*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2496896>
- Gaile, A., Baumane Vitolina, I., Stibe, A., & Kivipold, K. (2024). Expanding career adaptability: connections as a critical component of career success. *European Journal of Management and Business Economics*, 33(4), 411–428.
- Ghozali, I. (2013). BPFE. *Jurnal Jom FEKON*, 2(2), 1–15.
- Ginting, S. S. B. (2024). The role of adversity quotient (AQ) for successful mathematics learning. *JPP (Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran)*, 31(2), 91–104. <https://doi.org/10.17977/um047v31i22024p91-104>
- Hui, X., Reshef, O., & Zhou, L. (2024). The Short-Term Effects of Generative *Artificial Intelligence* on Employment: Evidence from an *Online Labor Market*. *Organization Science*, 35(6), 1977–1989. <https://doi.org/10.1287/orsc.2023.18441>
- Khan, N., Khan, Z., Koubaa, A., Khan, M. K., & Salleh, R. Bin. (2024). Global insights and the impact of generative AI-ChatGPT on multidisciplinary: a systematic review and bibliometric analysis. *Connection Science*, 36(1), 2353630.
- Knoth, N., Tolzin, A., Janson, A., & Leimeister, J. M. (2024). AI literacy and its implications for prompt engineering strategies. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, 100225. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100225>
- Kongsri, N., & Jaroenwanit, P. (2024). Key aspects of personal brand identity in social media commerce: Impact on successful *Personal Branding*. *International Journal of Data and Network Science*, 8(4), 2663–2676. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.4.012>
- LAURENTE, K. G. (2025). *Adversity Quotient and Leadership Styles of School Leaders in Relation to The Performance of Teachers*.
- Leo, C., Halloran, T., Valdez, C., Connell, L., & Morin, J. (2023). *Brand Me: How LinkedIn Training Improves Personal Branding by influencing Self-esteem and Job Search*

Self-efficacy by generating an All-Star profile.
<https://doi.org/10.20429/amtp.2023.44>

Leo, C., Halloran, T., Valdez, C., Martinou, I., Connell, L., & Morin, J. (2024). THE LINKEDIN EFFECT: BUILDING PERSONAL BRANDS, ENHANCING SELF-ESTEEM AND JOB SEARCH BEHAVIORS FOR THE NEXT GENERATION. *Marketing Education Review*, 34(2), 107–120.
<https://doi.org/10.1080/10528008.2024.2336453>

Liu, X., Zhang, L., & Wei, X. (2025). Generative *Artificial Intelligence* Literacy: Scale Development and Its Effect on Job Performance. *Behavioral Sciences*, 15(6), 811.
<https://doi.org/10.3390/bs15060811>

Mainga, W., Murphy-Braynen, M. B., Moxey, R., & Quddus, S. A. (2022). Graduate Employability of Business Students. *Administrative Sciences*, 12(3), 72.
<https://doi.org/10.3390/admsci12030072>

Mamadiyarov, Z., Saifnazarov, I., Khamdamov, S. J., Yarashova, V., Rashidov, S., Sabirova, L., & Izzatillayev, A. (2024). The Rise of the *Gig Economy* and digital labor platforms. *Proceedings of the 8th International Conference on Future Networks & Distributed Systems*, 515–521. <https://doi.org/10.1145/3726122.3726196>

Muliasari, D., & Octoria, D. (2024). PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN SOFT SKILL TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA 1. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 09(01).

Ngoc Ha, N. T., Van Dyke, N., & Spittle, M. (2025). Micro-credentials in higher education: perceived benefits for graduate employability and interest levels in micro-credentials for training employability skills. *Studies in Higher Education*, 1–13.
<https://doi.org/10.1080/03075079.2025.2516709>

Pal, P., & Kumar, A. (2024). Deciphering the Nature and Dynamics of Gig-Platform Jobs: Workers' Hidden Precarity. *Social Change*, 54(3), 367–384.
<https://doi.org/10.1177/00490857241257179>

Romadhoni, S. A. (2025). Soft Skills and Motivation as Drivers of Workforce Readiness to Support Organizational Adaptability in Gen Z: A Systematic Literature Study. *Proceedings of 8th International Conference of Economic*, 8(1), 33–40.

Saragih, F. M., & Cristian, N. (2025). The Influence of the Technology Acceptance Model on *Personal Branding* Through Self-Efficacy on LinkedIn Among Generation Z. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 102–113.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Teutloff, O., Einsiedler, J., Kässi, O., Braesemann, F., Mishkin, P., & del Rio-Chanona, R. M. (2025). Winners and losers of generative AI: Early Evidence of Shifts in Freelancer Demand. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 235, 106845. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2024.106845>
- Vadavi, S., & Sharmiladevi, J. C. (2024). Analysing the evolution and patterns of the *Gig Economy*: a bibliometric examination of growth and trends. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2424480>
- Wang, J., Gao, Q., & Zhang, R. (2025). *Gig Economy* and its impact on individual employment: an empirical analysis. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1703. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05970-x>
- Wang, X., Yan, Z., Tang, A., Chen, C., Chen, J., & Xiong, Y. (2025). Adversity Quotient Influences Self-Regulated Learning Strategies via Achievement Motivation Among Chinese University Students. *Education Sciences*, 15(8), 1042. <https://doi.org/10.3390/educsci15081042>
- Wessel, M., Adam, M., Benlian, A., Majchrzak, A., & Thies, F. (2025). Generative AI and its Transformative Value for Digital Platforms. *Journal of Management Information Systems*, 42(2), 346–369. <https://doi.org/10.1080/07421222.2025.2487315>