

## EKONOMI KREATIF, KONSEP EKONOMI BARU PENGGERAK MAHASISWA MENJADI WIRAUSAHA KREATIF

Mahmud Yunus<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas PGRI Semarang, Jalan Sidodadi Timur Nomor 24- Dr. Cipto Kota Semarang  
mahmud\_yunus@upgris.ac.id

### Abstract

The creative economy is a wave of the New economy, after a wave of agrarian, industrial and information economics. Creative economy is an economic concept that focuses more on ideas, leadership, creativity as the main capital in driving the economy. The creative economy is expected to become the financial backbone of Indonesia in the future. The purpose of this study is to analyze the knowledge of creative economics that has been studied in creative economics courses, the knowledge of creative economics that can encourage students' interest to become creative entrepreneurs. This research method uses quantitative research. Data collection techniques using observation, preparation and interviews. The informant in this study denied 30 students of Economic Education at the Universitas PGRI Semarang who had taken Creative economics courses. Data analysis using an interactive model of miles and Huberman 2014. The results of this study explain the knowledge of the creative economy in the Economics Education students of the Universitas PGRI Semarang is good. Knowledge of the concept of creative economy encourages students to become creative entrepreneurs.

**Keywords:** Creative Economy, Student, Entrepreneurs

### Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi keempat, setelah gelombang ekonomi agraris, industri dan informasi. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang lebih menitik beratkan pada, ide, gagasan, kreatifitas sebagai modal utama dalam menggerakkan perekonomian tersebut. Ekonomi kreatif diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dimasa depan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengetahuan konsep ekonomi kreatif yang telah dipelajari pada mata kuliah ekonomi kreatif, dalam mendorong minat wirausaha mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini berjumlah 30 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang telah mengikuti mata kuliah ekonomi Kreatif. Analisis data menggunakan *interaktif model* dari *miles and huberman* 2014. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengetahuan tentang ekonomi kreatif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang sudah baik. Pengetahuan konsep ekonomi kreatif mendorong minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha kreatif.

**Kata kunci:** Ekonomi Kreatif, Mahasiswa, wirausaha

---

## PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru dimana ide, gagasan, kreatif dan inovasi sebagai modal utamanya dalam menggerakkan perekonomian tersebut (Purnomo, R. A, 2016). Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi keempat, setelah ekonomi agraris, ekonomi industri dan ekonomi informasi (Sutanto, 2015). Kegiatan mengaplikasikan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh individu, kelompok atau perusahaan dengan modal kreatifitas, inovasi dan informasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan disebut dengan industri kreatif (Hasugian, H., & Shidiq, A. N., 2012). Hasil dari kegiatan industri kreatif adalah produk kreatif (Simatupang, T. M., & Perindustrian, M. K.

D., 2007). Terdapat 16 subsektor industri kreatif diantaranya arsitektur, desain interior, desain produk, desain komunikasi visual, aplikasi dan game, fasyhion, musik, vidio film dan aminasi, seni rupa, seni kriya, seni pertunjukan, tv dan radio, penerbitan, fotografi, kuliner dan periklanan (Septanto, H. 2016) Ekonomi kreatif diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Sari N, 2018). Perkembangan ekonomi kreatif perlu didukung oleh berbagai pihak, setidaknya terdapat tiga aktor pendorong perkembangan ekonomi kreatif yaitu kaum cendekiawan, wirausaha dan pemerintah (Hutabarat, L. R. F. W., 2015). Jumlah wirausaha di Indonesia saat ini masih belum sesuai dengan yang diharapkan (Aprilianty, E., 2012). Perlu adanya upaya meningkatkan jumlah wirausaha salah satunya mendorong mahasiswa untuk menjadi wirausaha (Indarti, N., & Rostiani, R., 2008).

Mahasiswa diharapkan dapat merubah *mindset* dari mencari pekerjaan menjadi menciptakan pekerjaan (Mopangga, H., 2014). Perubahan *mindset* mahasiswa setidaknya dapat mengurangi pencari kerja dan dapat menambah peluang kerja yang dapat mengurangi pengangguran di Indonesia (Milla, H., 2013). Semakin banyak jumlah mahasiswa yang berwirausaha maka akan mematahkan anggapan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin rendah minatnya untuk berwirausaha (Siswoyo, B. B., 2009). Pendidikan mahasiswa yang tinggi seharusnya dapat menjadi bekal yang cukup untuk memulai berwirausaha dengan ilmu yang dimilikinya, terutama dengan kreatifitas dan inovasinya (Lestari, R. B., & Wijaya, T., 2012).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemaham konsep ekonomi kreatif dalam mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha. Sedangkan tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat pemaham mahasiswa terhadap konsep ekonomi kreatif. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dampak pengetahuan konsep ekonomi kreatif dalam mendorong mahasiswa berwirausaha kreatif.

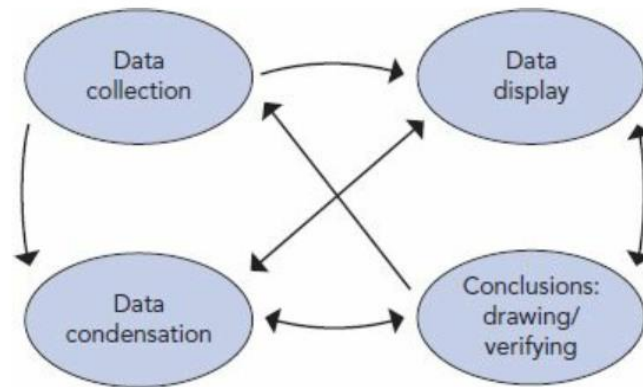
## **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitiannya adalah mahasiswa semester V (lima) Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang sedang mengikuti mata kuliah ekonomi kreatif. Peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam menentukan informan pada penelitian ini, yaitu sebanyak 30 mahasiswa yang dianggap memahami tema pokok penelitian yang sedang peneliti lakukan. Penelitian ini dilaksanakan di Kampus 4 Universitas PGRI Semarang, dari tanggal 28 Oktober 2019 sampai dengan 4 November 2019.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan wawancara langsung dengan informan yaitu mahasiswa semester V (lima) Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel dan

buku yang relevan dengan tema penelitian tentang konsep ekonomi kreatif dan minat mahasiswa menjadi wirausaha. Analisis data menggunakan *interaktif model* dari Miles, M. B., & Huberman, A. (2014) sebagai berikut :

Gambar. 1. Komponen dalam analisis data (*Interaktif Model*)



Sumber : Miles, M. B., & Huberman, A. (2014)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep ekonomi kreatif yang dipelajari mahasiswa Pendidikan Ekonomi pada mata kuliah ekonomi kreatif disemester V (lima). Materi yang dipelajari meliputi definisi ekonomi kreatif, industri kreatif dan produk kreatif, visi misi dan tujuan ekonomi kreatif, aktor penggerak ekonomi kreatif, badan ekonomi kreatif, analisis perusahaan kreatif, analisis produk kreatif yang ramah lingkungan, menganalisis peluang usaha kreatif, menemukan ide kreatif dan inovatif, praktek menciptakan produk kreatif, mempromosikan produk kreatif, dan melakukan analisis keberlanjutan usaha kreatif. Mahasiswa tidak hanya mempelajari konsep ekonomi secara teori tetapi juga secara praktek langsung. Pemahaman mahasiswa tentang konsep ekonomi kreatif berdasarkan dokumentasi nilai UTS dan nilai harian mata kuliah ekonomi kreatif untuk rata-rata 30 informan diperoleh nilai 87 yang dapat disimpulkan pemahaman tentang konsep ekonomi kreatif dapat dikategorikan sangat baik. Triangulasi dengan teknik observasi dan wawancara dengan memberikan pertanyaan mengenai materi dan pemahaman ekonomi kreatif peneliti mendapatkan data bahwa dari 30 informan menjawab dengan baik pertanyaan yang diberikan.

Pemahaman mahasiswa mengenai konsep ekonomi kreatif dari berbagai teknik pengambilan data dapat dilihat dalam tabel berikut :

### 3.1 Pemahaman Mahasiswa tentang Konsep Ekonomi Kreatif

KONSEP EKONOMI KREATIF	TEKNIK OBSERVASI	TEKNIK DOKUMENTASI	TEKNIK WAWANCARA
Pemahaman Ekonomi, Industri Kreatif dan Produk Kreatif	Baik	Baik Sekali	Baik Sekali
Pemahaman visi misi dan tujuan ekonomi kreatif	Baik	Baik	Baik
Pemahaman materi aktor penggerak ekonomi kreatif	Baik	Baik Sekali	Baik

Pemahaman materi badan ekonomi kreatif	Baik	Baik Sekali	Baik
Mampu menganalisis perusahaan kreatif	Baik Sekali	Baik Sekali	Baik Sekali
Mampu menganalisis produk kreatif yang ramah lingkungan	Baik	Baik	Baik
Mampu menemukan ide kreatif dan inovatif	Baik	Baik	Baik

Berdasarkan data tentang pemahaman mahasiswa tentang konsep ekonomi kreatif dari berbagai teknik observasi, dokumentasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa mahasiswa telah memahami konsep ekonomi kreatif dengan baik. Pemahaman konsep ekonomi kreatif pada mahasiswa juga ditambah dengan kemampuan menganalisis perusahaan kreatif, mampu menganalisis produk kreatif dan mampu menemukan ide kreatif dan inovatif.

Pemahaman mahasiswa yang baik terhadap konsep ekonomi kreatif, menggerakkan mahasiswa untuk menjadi wirausaha kreatif. Semua mahasiswa yang menjadi informan menyatakan terdorong menjadi wirausaha kreatif setelah memahami konsep ekonomi kreatif. Alasan mahasiswa memilih usaha kreatif karena modal utama untuk memulai usahanya bukan lagi uang, akan tetapi modal usaha kreatif adalah ide, gagasan, kreatifitas, inovasi dan imajinasi yang mendorong kegiatan usahanya. Setidaknya terdapat 12 mahasiswa dari 30 informan yang sedang menjalankan usaha kreatifnya, sejumlah 8 mahasiswa baru memulai usaha kreatif sedangkan sisanya sebanyak 10 mahasiswa sedang menganalisis produk kreatif untuk memulai usahanya. Minat mahasiswa untuk memulai usaha kreatifnya dapat dilihat pada *chart* berikut :

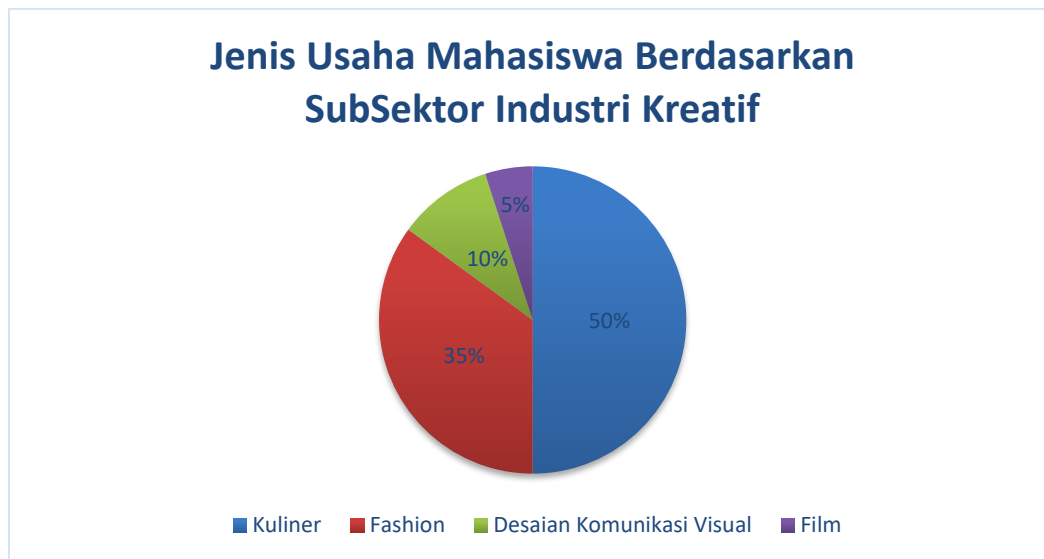
### 3.1 *Chart* Minat Mahasiswa untuk Menjadi Wirausaha Kreatif



Dari data minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha kreatif dapat kita analisis semua mahasiswa yang menjadi informan sangat terdorong untuk menjadi wirausaha kreatif. Terdapat 12 mahasiswa yang sedang menjalankan usahanya, 8 mahasiswa baru memulai usahanya. 20 Mahasiswa menjawab sangat temotivasi menjalankan usahanya karena telah memahami konsep ekonomi kreatif. Mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk sukses dalam wirausaha selama mahasiswa mau menggunakan ide, gagasan, kreatifitas, inovasi dan imajinasinya untuk memulai usahanya.

Usaha kreatif yang dijalankan oleh mahasiswa dapat kita analisis berdasarkan subsektor industri kreatif sebagai berikut :

### 3.1 *chart* Jenis Usaha Mahasiswa berdasarkan Subsektor Industri Kreatif



Berdasarkan data *chart* jenis usaha kreatif jika dilihat kategori subsektor Industri Kreatif dapat dilihat mayoritas mahasiswa sebesar 50% memilih jenis usaha yang masuk dalam kategori subsektor industri kreatif kuliner yang meliputi jenis makanan dan minuman ringan, 35% mahasiswa memilih jenis usaha yang masuk kategori subsektor industri kreatif fashion yang meliputi jilbab, baju, sepatu dan kosmetik, 10% mahasiswa memilih jenis usaha yang masuk kategori subsektor industri kreatif desain komunikasi visual dan sebanyak 5% mahasiswa memilih jenis usaha yang masuk kategori subsektor industri kreatif film yaitu menciptakan berbagai film yang di *upload* di *instagram* dan *youtube*.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang telah memahi konsep ekonomi kreatif dengan baik. Pemahaman konsep ekonomi kreatif menggerakkan minat berwirausaha kreatif pada mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Miles, M. B., & Huberman, A. (2014). M., & Saldana, J.(2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*, 3.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.

### Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian:

- Utama, D. D. T., & Darwanto, D. (2013). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

**Simposium, Prosiding, Konferensi:**

**Artikel dalam Jurnal:**

- Aprilianty, E. (2012). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3).
- Hasugian, H., & Shidiq, A. N. (2012). Rancang Bangun Sistem Informasi Industri Kreatif Bidang Penyewaan Sarana Olahraga. *Semantik*, 2(1).
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12-19.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: Studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 23(4), 369-384
- Lestari, R. B., & Wijaya, T. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. In *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP* (Vol. 1, No. 2, pp. 112-119). STIE MDP.
- Milla, H. (2013). Pendidikan kewirausahaan: Sebuah alternatif mengurangi pengangguran terdidik dan pencegahan korupsi. *Al-Ta'lim Journal*, 20(3), 465-471.
- Mopangga, H. (2014). Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Trikonomika*, 13(1), 78-90.
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26-34.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60.
- Septanto, H. (2016). Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. *Bina Insani ICT Journal (OLD)*, 3(1), 213-219.
- Simatupang, T. M., & Perindustrian, M. K. D. (2007). Industri Kreatif Jawa Barat. *Bahan Masukan Kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat*, 3, 13-25.
- Siswoyo, B. B. (2009). Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa. *Jurnal ekonomi bisnis*, 14(2), 35-45.
- Sutanto, M. H. (2015). Gelombang Ekonomi Ke Empat, Gelombang Ide dan Gagasan. *Komunikator*, 6(01).