



SURVEI TINGKAT PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP EKONOMI KREATIF

Lisa Nursita*¹⁾, Nurhalisyah¹⁾, Maghfira. S¹⁾, Andi Salma¹⁾

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar¹⁾

Email: lisa.nursita@uin-alauddin.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman terhadap konsep ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia di masa depan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 97 mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket melalui *google form* yang sebelumnya telah di uji validitas dan reliabilitas. Instrumen dibuat dengan menggunakan Skala *Guttman* dan Skala *Likert*. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang hasilnya kemudian dikategorisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman konsep ekonomi kreatif pada mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tergolong kategori sedang. Dapat dikatakan pencapaian pemahaman konsep ekonomi kreatif belum maksimal, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam rangka mengembangkan pola pikir yang kreatif.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Wirausaha, Mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to determine the level of understanding of concept of the creative economy. The creative economy is expected to be the backbone of the Indonesian economy in the future. This research method uses a quantitative approach with a sample size of 97 students from the Tarbiyah and Teacher Training Faculty of Alauddin State Islamic University Makassar. The data collection technique in this study used a questionnaire via google form which had previously been tested for validity and reliability. The instrument was made using the Guttman Scale and Likert Scale. The data analysis technique used in this research is a survey method, the results of which are then categorized. The results of this study indicate that the understanding of the concept of creative economy in student of the Tarbiyah and Teaching Training Faculty of Alauddin State Islamic University in Makassar is in the medium category. It can be said that the achievement of understanding the concept of the creative economy has not been maximized, so efforts are needed to improve student understanding in order to develop a creative mindset.

Keywords: Creative Economy, Entrepreneur, Student

PENDAHULUAN

Konsep ekonomi baru adalah ekonomi kreatif yang memadukan kreativitas berbasis pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi dan pusat ide. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis kreativitas yang menggunakan sumber daya yang terbarukan bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau bakat dan kreativitas (Purnomo, 2016). Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, penelitian dan pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, televisi dan radio, dan permainan video (Widyana, 2018).

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industri atau bisnis yang muncul dari penggunaan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan tingkat kebahagiaan dan dapat membuka hingga delapan pekerjaan melalui pekerjaan dan minat kreativitas individu (Putri *et al.*, 2021). Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat penulis gambarkan bahwa ekonomi kreatif tidak terlepas dari konsep ekonomi yang mengedepankan kreatifitas dalam pemanfaatan dan eksplorasi ide dan pengetahuan, di mana sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.

Ekonomi kreatif yang didalamnya terdapat industri-Industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi dalam ekonomi berkelanjutan karena individu-individunya memiliki modal kreativitas (*creative capital*) yang mereka gunakan untuk menciptakan inovasi-inovasi (Sumardiningsih, 2016). Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju (Fernandes, 2020). Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi (Nastiti *et al.*, 2010). Oleh karena itu, berdasarkan pengamatan bahwa saat ini dunia usaha dan dunia industri (DUDI) lagi marak untuk diperbincangkan yaitu istilah yang dapat membantu masyarakat untuk peka terhadap perdagangan masa kini demi meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat. Hal ini merupakan kebutuhan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup dan ekonomi serta individu kemandirian dalam berkarir atau berwirausaha yang bersifat konstruktif dan mendukung perkembangan kehidupan individu (Korompot *et al.*, 2022).

Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep pembangunan ekonomi di Indonesia. Dengan kata lain, Indonesia dapat mengembangkan model ide dan bakat masyarakat untuk dapat berinovasi dan berkreasi dalam segala hal (Hendrawan & Sirine, 2017). Sistem ekonomi kreatif dapat dipercaya mampu menjadi solusi dalam mengatasi krisis ekonomi saat ini. Pola pikir kreatif yang sangat diperlukan untuk tetap tumbuh berkembang serta bertahan di masa yang akan datang (Malaikosa, 2021).

Perkembangan ekonomi kreatif perlu didukung oleh berbagai pihak, setidaknya terdapat tiga aktor pendorong perkembangan ekonomi kreatif yaitu kaum cendekiawan, wirausaha dan pemerintah (Palupi *et al.*, 2021). Wirausaha adalah terjemahan dari kata *entrepreneur*. Wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan bisnis baru dan orang yang biasanya langsung berhadapan dengan risiko mampu mengidentifikasi dalam mencapai keberhasilan (Fajar *et al.*, 2020). Pada hakikatnya, kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan

dasar, kiat dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup (Lusia dan Ratna 2021).

Penelitian dari Yunus (2019), dengan judul ekonomi kreatif, konsep ekonomi baru penggerak mahasiswa menjadi wirausaha kreatif pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang dengan menyimpulkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang telah memahami konsep ekonomi kreatif dengan baik. Pemahaman konsep ekonomi kreatif menggerakkan minat berwirausaha kreatif pada mahasiswa. Penelitian dari Fitriani *et al.*, (2018), dengan judul membangun perekonomian Indonesia melalui mahawira (mahasiswa wirausaha) berbasis ekonomi kreatif menunjukkan bahwa peranan mahasiswa dalam wirausaha bidang industri kreatif bagi perekonomian Indonesia dapat menjadi tonggak perekonomian di masa depan karena dengan kreatif dan inovasinya yang terus berkembang mengikuti perkembangan zaman.

Mahasiswa diharapkan mengubah pola pikir mencari kerja menjadi wirausaha. Perubahan pola pikir mahasiswa setidaknya dapat mengurangi jumlah pencari kerja dan mungkin meningkatkan kesempatan kerja, yang pada gilirannya dapat mengurangi pengangguran di Indonesia. Semakin besar jumlah mahasiswa yang memulai suatu usaha, maka akan semakin menghilangkan anggapan bahwa semakin berpendidikan seseorang maka semakin kurang berminat untuk memulai suatu usaha. Pendidikan tinggi seorang mahasiswa harus menjadi landasan yang cukup untuk memulai bisnis dengan ilmu yang dimilikinya, terutama dengan kreativitas dan inovasinya. Mahasiswa merupakan *agent of change* yang memiliki banyak ide yang dapat dieksplorasi dan dapat dipersiapkan menjadi wirausahawan sukses yang kreatif dan inovatif sejalan dengan konsep era baru ekonomi kreatif. Mahasiswa sebetulnya telah menerapkan prinsip ekonomi kreatif yakni inovasi, namun belum memetakan bahwa yang telah mereka lakukan merupakan salah satu prinsip dalam ekonomi kreatif, karena istilah ekonomi kreatif merupakan hal baru bagi mereka, namun sejatinya mereka telah mengenal apa yang dimaksud dengan *entrepreneurship* yang jelas sejalan dengan ekonomi kreatif.

Mahasiswa di berbagai perguruan tinggi saat ini dibekali dengan *softskill* kewirausahaan yang dituangkan dalam kurikulum. Mahasiswa pada UIN Alauddin Makassar juga dibekali dengan *softskill* kewirausahaan di mana seluruh program studi memprogramkan mata kuliah kewirausahaan. Di masa masuknya kurikulum merdeka belajar dan kampus merdeka (MBKM), dan maraknya sosialisasi dari kementerian pariwisata tentang pentingnya pengenalan ekonomi kreatif pada mahasiswa, maka UIN Alauddin Makassar baru mulai memperkenalkan ekonomi kreatif pada mahasiswa pada tahun 2022 ini sebagai bekal persiapan mahasiswa dalam program belajar dengan konsep magang di pola kurikulum MBKM. Ekonomi kreatif juga mulai diperkenalkan untuk mendukung program pemerintah tentang penggalakan ekonomi kreatif di Indonesia. Survei tentang ekonomi kreatif dapat memberikan informasi tentang seberapa besar pemahaman mahasiswa UIN Alauddin Makassar saat ini tentang ekonomi kreatif. Melalui survei ini, maka dapat menjadi dasar pengambilan kebijakan tentang seberapa dalam penerapan pendidikan ekonomi kreatif yang harus dilakukan oleh UIN Alauddin Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survey. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan data tentang pendapat dan karakteristik mahasiswa terhadap ekonomi kreatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan jumlah 4007 mahasiswa. Sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan persentase kelonggaran 10%, sehingga didapatkan jumlah sampel sebesar 97 mahasiswa. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *Cluster Sampling*. Adapun sampel yang diambil dari setiap prodi yaitu (1) Manajemen Pendidikan Islam 12 orang (2). Pendidikan Agama Islam 10 orang, (3) Pendidikan Bahasa Arab 10 orang, (4). Pendidikan Bahasa Inggris 10 orang, (5) Pendidikan Biologi 11 orang, (6). Pendidikan Fisika 10 orang, (7) Pendidikan Matematika 12 orang, (8). Pendidikan Islam Anak Usia Dini 11 orang, (9) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah 11 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dengan menggunakan Skala Guttman dan Skala Likert. Analisis data menggunakan metode Survei yang kemudian dikategorisasi dengan membandingkan nilai Mean dan Standar Deviasi menurut Azwar (2012). Hasil survei di kategorikan menggunakan 3 kriteria berdasarkan pengkategorian 3 ukuran, sebagai berikut:

Tabel 1. Rumus Kategorisasi 3 Kriteria Berdasarkan Azwar (2012)

No.	Kriteria	Kategori
1	$X < M - 1SD$	Rendah
2	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	Sedang
3	$M + 1SD \leq X$	Tinggi

Keterangan : M = Mean, SD = Standar Deviasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan untuk mengukur variabel ekonomi kreatif dengan 17 indikator, dan diuji coba pada 30 sampel di luar dari responden penelitian ini untuk menguji kevalidan instrumen (kuesioner). Nilai *r* tabel yang diperoleh dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas yang diperoleh pada Tabel 1, maka diketahui bahwa 17 instrumen yang digunakan terbukti valid sebagai alat ukur variabel ekonomi kreatif karena *r* hitung > *r* tabel. Selanjutnya jika dibandingkan dengan nilai signifikansi pada tingkat signifikan 5%, maka seluruh instrumen terbukti valid karena nilai sig < 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
I.1	0.739	0.361	0.000	Valid
I.2	0.624	0.361	0.000	Valid
I.3	0.686	0.361	0.000	Valid
I.4	0.763	0.361	0.000	Valid
I.5	0.590	0.361	0.001	Valid

I.6	0.593	0.361	0.001	Valid
I.7	0.619	0.361	0.000	Valid
I.8	0.620	0.361	0.000	Valid
I.9	0.373	0.361	0.042	Valid
I.10	0.686	0.361	0.000	Valid
I.11	0.378	0.361	0.039	Valid
I.12	0.567	0.361	0.001	Valid
I.13	0.379	0.361	0.039	Valid
I.14	0.739	0.361	0.000	Valid
I.15	0.541	0.361	0.002	Valid
I.16	0.516	0.361	0.004	Valid
I.17	0.606	0.361	0.000	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti, 2022

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel ekonomi kreatif dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* yang ditunjukkan di Tabel 2 dan dinyatakan reliabel atau konsisten. Diketahui berdasarkan Tabel 3, nilai CA > 0,7, yaitu 0.885 > 0,7 sehingga pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel (Widoyoko, 2017)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.885	16

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Tabel 4. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden			
	Keterangan	Total	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	20	21%
	Perempuan	77	79%
Program Studi	Manajemen Pendidikan Islam	12	12%
	Pendidikan Agama Islam	10	10%
	Pendidikan Bahasa Arab	10	10%
	Pendidikan Bahasa Inggris	10	10%
	Pendidikan Biologi	11	11%
	Pendidikan Fisika	10	10%
	Pendidikan Matematika	12	12%
	Pendidikan Islam Anak Usia Dini	11	11%
	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	11	11%
Lulus pada mata kuliah kewirausahaan	Ya	86	89%
	Belum	11	11%

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 79%. Berdasarkan asal prodi sebagian besar responden dengan Prodi Manajemen Pendidikan Islam dan Pendidikan Matematika, kemudian responden yang telah lulus pada mata kuliah kewirausahaan terdapat 86 mahasiswa dan 11 mahasiswa yang belum lulus.

Berdasarkan hasil survey pemahaman ekonomi kreatif pada mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dapat kita ketahui bahwa terdapat 84 mahasiswa dengan nilai persentase 87% yang pernah mendengar tentang ekonomi kreatif dan 13 mahasiswa dengan persentase 13% yang belum pernah mendengar tentang ekonomi kreatif, hal ini menggambarkan bahwa ekonomi kreatif sudah populer di kalangan, sehingga sudah banyak pelaku-pelaku ekonomi kreatif yang tersebar dilingkup masyarakat. 72 mahasiswa dengan nilai persentase 74% telah mengetahui definisi ekonomi kreatif karena sudah mempelajari dan mengaplikasikannya sehingga dapat menjadi pendorong dalam usahanya. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Nursita (2021) yang menyatakan proses belajar-mengajar pada mata kuliah kewirausahaan yang membuat mahasiswa memiliki pengetahuan dan keterampilan (*softskill*) untuk berwirausaha dan berdampak pada minat mahasiswa untuk berwirausaha. Namun ada sebanyak 25 mahasiswa dengan nilai persentase 26% belum mengetahui definisi ekonomi kreatif karena kurangnya motivasi.

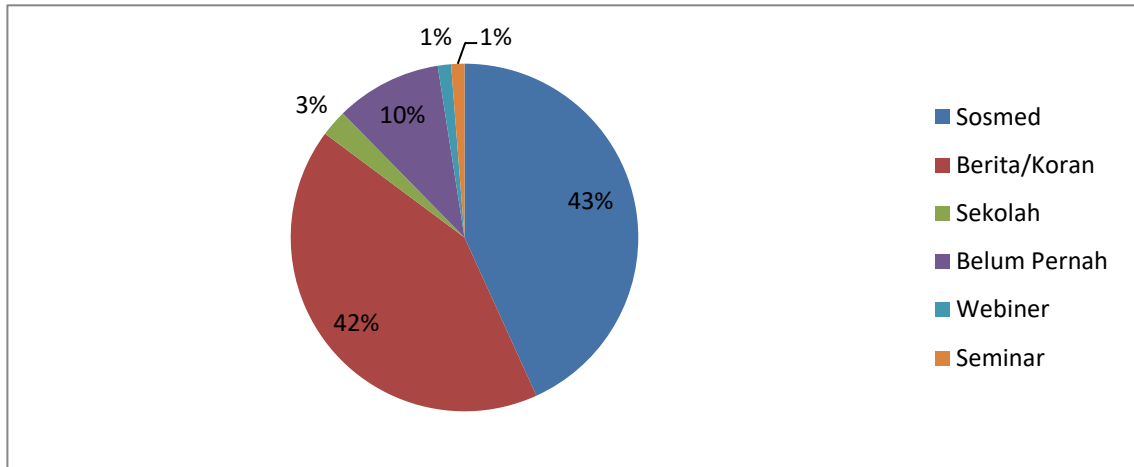
Ekonomi kreatif memiliki dasar ide manusia yang tergolong baru, unik dan inovatif, hal ini dapat dilihat dari 59 atau 61% mahasiswa pernah membuat suatu promo yang berguna untuk menarik minat konsumen, 38 atau 39% mahasiswa belum pernah membuat suatu promo yang berguna untuk menarik minat konsumen disebabkan mahasiswa masih kurang mengetahui industri ekonomi kreatif yang digerakkan oleh para kreator dan inovator.

Salah satu ciri ekonomi kreatif berasal dari ide yang kreatif sehingga dari hal tersebut bisa menghasilkan industri yang inovatif dan berkembang, terdapat 61 mahasiswa dengan nilai persentase 63% sudah mengetahui ciri-ciri ekonomi kreatif yang dimana ekonomi kreatif salah satu pengembangan masyarakat dalam bidang perekonomian, namun 36 mahasiswa dengan persentase 37% belum mengetahui ciri-ciri ekonomi kreatif karena kurang aktif dan minatnya dalam ilmu usaha.

Ekonomi kreatif adalah bagian penting dalam berwirausaha, 80 mahasiswa dengan nilai persentase 82% pernah menemukan ide-ide baru dalam berwirausaha dan hanya 17 mahasiswa dengan nilai persentase belum pernah menemukan ide-ide baru dalam berwirausaha, hal ini dapat dikatakan kehadiran ekonomi kreatif memberikan kontribusi kepada negara tentunya pada bidang ekonomi.

Diketahui bahwa 62 atau 64% mahasiswa belum pernah berperan sebagai penggerak ekonomi kreatif dan hanya sebagian kecil yaitu 35 atau 36% mahasiswa pernah berperan sebagai penggerak ekonomi kreatif disebabkan ekonomi kreatif dapat berbentuk, tumbuh, dan berkembang apabila ada pendorongnya salah satu faktor pendorong utama dalam ekonomi kreatif adalah tenaga kerja.

Gambar 1. Persentase Sumber Mahasiswa Mempelajari Ekonomi Kreatif



Sumber : Olah data peneliti, 2022

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa sumber yang banyak dipelajari oleh mahasiswa mengenai ekonomi kreatif terdapat pada sosial media dan berita/koran, sedangkan sebagian kecil mahasiswa mempelajari ekonomi kreatif dari sekolah, webiner dan seminar. Namun, 10% mahasiswa masih belum pernah mempelajari ekonomi kreatif.

Tabel 5. Skala Kategorisasi Ekonomi Kreatif

No.	Skala	Kategori
1	< 46,85	Rendah
2	46,85 ≤ X < 60,85	Sedang
3	≥ 60,85	Tinggi

Sumber : Olah data peneliti, 2022

Berdasarkan pada batas kategorisasi tersebut, maka data kemudian diolah untuk melihat jumlah kriteria kategorinya yang bisa dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Survei Kategorisasi Ekonomi Kreatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	9	9.3	9.3	9.3
	Sedang	71	73.2	73.2	82.5
	Tinggi	17	17.5	17.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Olah data peneliti, 2022

Kategorisasi yang nampak pada Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang terlacak, diketahui bahwa persepsi responden terhadap ekonomi kreatif diketahui terbesar berada pada kategori “Sedang” yakni 71 mahasiswa atau 73%, dan pada kategori “Tinggi” sebanyak 17 mahasiswa atau 18%. Untuk kategori “Rendah”

sebanyak 9 mahasiswa atau 9%. Diketahui bahwa dalam kurikulum Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar telah masuk mata kuliah kewirausahaan, sehingga responden telah cukup mengenal ekonomi kreatif yang diperkenalkan dalam mata kuliah kewirausahaan tersebut. di mana mereka diajarkan untuk mampu menangkap dan memanfaatkan peluang, serta bergerak dengan inovasi dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan. Namun, karena mata kuliah ekonomi kreatif belum muncul pada kurikulum sebelum MBKM, maka pengetahuan mahasiswa terhadap konsep ekonomi kreatif masih dalam kategori sedang. Ekonomi kreatif belum tersampaikan secara menyeluruh pada mahasiswa, sehingga pola pikir kreatif yang terkonsep dalam era ekonomi kreatif belum tersampaikan.

Ditemukan berdasarkan pada hasil survei bahwa mahasiswa mulai mengenal konsep ekonomi kreatif dari pendidikan kewirausahaan walaupun tidak maksimal. Temuan Yunus (2019) dalam sampel yang lain menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang telah memahami konsep ekonomi kreatif dengan baik.

Akhirnya, pemahaman konsep ekonomi kreatif diharapkan mampu memberikan peluang pada mahasiswa menjadi lulusan yang hanya berdagang saja namun menjadi wirausahawan yang kreatif dan inovatif. pemahaman konsep ekonomi kreatif menggerakkan minat berwirausaha kreatif pada mahasiswa. Peranan mahasiswa dalam wirausaha bidang industri kreatif bagi perekonomian Indonesia dapat menjadi tonggak perekonomian di masa depan karena dengan kreatif dan inovasinya yang terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Pengetahuan terhadap ekonomi kreatif menjadi bekal mahasiswa untuk mampu menjadi SDM yang berkualitas. Pengetahuan ini akan bisa didapatkan dari pendidikan yang baik. Hal ini sejalan dengan penemuan Nursita dan Purwanto (2022) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pendidikan yang baik dapat mendorong kemajuan suatu negara. Di tengah perekonomian yang bebas saat ini dan persaingan ketat untuk mendapatkan pekerjaan yang layak, maka mahasiswa harus diberikan pengetahuan tentang ekonomi kreatif agar mereka menjadi sumber daya yang tidak bergantung pada penawaran tenaga kerja (*supply of labor*) namun dapat menciptakan permintaan tenaga kerja (*demand for labor*) ke depannya.

KESIMPULAN

Pemahaman mahasiswa terhadap konsep ekonomi kreatif tergolong kategori sedang dengan nilai persentase 73%. Dapat dikatakan pencapaian pemahaman konsep ekonomi kreatif belum maksimal dikarenakan belum adanya pendidikan ekonomi kreatif pada objek penelitian, sehingga mahasiswa mengenal ekonomi kreatif melalui pendidikan kewirausahaan. Pendidikan ekonomi kreatif penting untuk dilaksanakan sebagai bekal membentuk karakteristik mahasiswa yang mampu mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam kegiatan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Fajar, A., Syam, A., Rakib, M., & Tahir, T. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

- Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 1(2), 34–43.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35580/ijses.v1i2.17460>
- Fernandes, A. (2020). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pelatihan Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Universital Islam OKI (UNISKI) Kayugung. *Motivasi :Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 826–831.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32502/motivasi.v5i1.3483>
- Fitriani, D. A., Noviana, Z. R., & Santoso, S. (2018). Membangun Perekonomian Indonesia Melalui Mahawira (Mahasiswa Wirausaha) Berbasis Ekonomi Kreatif. *Seminar Nasional Dan Call for Paper III Fakultas Ekonomi*, 58–66.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.21274>
- Korompot, S., Wantu, T., & Alwi, N. M. (2022). *Understanding the World of Industry and Business from the Perspective of Career Guidance and Counseling*. 6(1), 32–40. <https://doi.org/10.23887/bisma.v6i1.42131>
- Lusia, A., & Pamikatsih, T. R. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa The Effect of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Intention in University Students. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 1(2019), 86–91.
- Malaikosa, Y. M. L. (2021). Penguatan life skills peserta didik dengan pendekatan ekonomi kreatif. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, V(2), 300–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/idaarah.v5i2.24215>
- Nastiti, T., Indarti, N., & Rostiani, R. (2010). *Minat berwirausaha mahasiswa indonesia dan cina*. 9(September), 187–200.
- Nursita, L. (2021). Dampak Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal IDEAS*, 7 No. 3(2020), 83–88. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.401>
- Nursita, L., P, B. S. E., Islam, U., Alauddin, N., & Hasanuddin, U. (2022). Pendidikan Pekerja Anak : Dampak Kemiskinan pada Pendidikan. *Jambura Economic Education Journal*, 4(1), 1–15.
- Palupi, P. E., Nusantoro, J., & Septiani, A. (2021). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Yosomulyo Pelangi). *Jurnal Akuntansi Akiva*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/http://doi.org/10.24127/akuntansi.v2i1.894>
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia* (R. A. Putra (ed.)). nulisbuku.
- Putri, S. R., Husin, M., Muzaki, N., & H, D. F. R. (2021). Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa UTP Surakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan Surakarta). *Pengabdian Masyarakat Tunas Membangun*, 1(2), 1–4.
- Sumardiningih, S. et al. (2016). Model Pendidikan Ekonomi Kreatif Berbasis Karakter Sebagai Bridging Course Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan. *Jurnal Kependidikan*, 43(1), 69–77.

- Widoyoko, E. P. (2017). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Widyana, W. et al. (2018). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif pada Mahasiswa UNMAS Denpasar. *Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171–177.
- Yunus, M. (2019). *Ekonomi kreatif, konsep ekonomi baru penggerak mahasiswa menjadi wirausaha kreatif*. 2012–2017.