Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®
Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.
Amatulloh Mufida, S.Pd. | Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.
Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr. | Ana Luthfiyah, S.Pd.
Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr. | Eko Budi Utomo, S.Pd.
Atika Alifia, S.Pd. | Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.
Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.

EKONOMI KREATIF dan KEWIRAUSAHAAN:

Pilar Menuju Indonesia Emas 2045

Editor:
Dr. Norida Canda Sakti, M.Si.

EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN: PILAR MENUJU INDONESIA EMAS 2045

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®
Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.
Amatulloh Mufida, S.Pd.
Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.
Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr.
Ana Luthfiyah, S.Pd.
Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr.
Eko Budi Utomo, S.Pd.
Atika Alifia, S.Pd.
Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.
Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.

Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka pelindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	:	EC002025032998, 18 Maret 2025
Pencipta		
Nama	:	**Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®, Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd. dkk**
Alamat	:	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001, Jambangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60233
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Pemegang Hak Cipta		
Nama	:	**Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®, Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd. dkk**
Alamat	:	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001, Jambangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60233
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Jenis Ciptaan	:	**Buku**
Judul Ciptaan	:	**EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN: PILAR MENUJU INDONESIA EMAS 2045**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	:	18 Maret 2025, di Kota Surakarta
Jangka waktu pelindungan	:	Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor Pencatatan	:	000873259

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH.,MH.
NIP. 196912261994031001

Disclaimer:
1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk membatalkan surat pencatatan permohonan.
2. Surat Pencatatan ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001 Jambangan, Kota Surabaya
2	Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.	Jalan Brarang Binangun Gg. 2 No. 24 Gubeng, Kota Surabaya
3	Amatulloh Mufida, S.Pd.	Borang RT 006/RW 003 Rowokele, Kab. Kebumen
4	Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.	Dusun Buaran RW 01/RW 09 Jabon, Kab. Sidoarjo
5	Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr.	Jl. Raya Gedangan, Gg. Merpati, RT.02 RW.01, NO. 36A Gedangan, Kab. Sidoarjo
6	Ana Luthfiyah, S.Pd.	Desa Sumurber RT/RW 009/003 Panceng, Kab. Gresik
7	Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr.	Sawahan RT 004, RW 002 Gondang, Kab. Mojokerto
8	Eko Budi Utomo, S.Pd.	Desa Drenges Rt.01/01 Sugihwaras, Kab. Bojonegoro
9	Atika Alifia, S.Pd.	Desa Pucakwangi RT 03, RW 02 Babat, Kab. Lamongan
10	Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.	Dusun Kauman RT/RW 005/002 Candi, Kab. Sidoarjo
11	Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.	Kedurus Gang Blimbing No 8b Karang Pilang, Kota Surabaya

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001 Jambangan, Kota Surabaya
2	Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.	Jalan Brarang Binangun Gg. 2 No. 24 Gubeng, Kota Surabaya
3	Amatulloh Mufida, S.Pd.	Borang RT 006/RW 003 Rowokele, Kab. Kebumen
4	Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.	Dusun Buaran RW 01/RW 09 Jabon, Kab. Sidoarjo
5	Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr.	Jl. Raya Gedangan, Gg. Merpati, RT.02 RW.01, NO. 36A Gedangan, Kab. Sidoarjo
6	Ana Luthfiyah, S.Pd.	Desa Sumurber RT/RW 009/003 Panceng, Kab. Gresik
7	Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr.	Sawahan RT 004, RW 002 Gondang, Kab. Mojokerto

8	Eko Budi Utomo, S.Pd.	Desa Drenges Rt.01/01 Sugihwaras, Kab. Bojonegoro
9	Atika Alifia, S.Pd.	Desa Pucakwangi RT 03, RW 02 Babat, Kab. Lamongan
10	Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.	Dusun Kauman RT/RW 005/002 Candi, Kab. Sidoarjo
11	Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.	Kedurus Gang Blimbing No 8b Karang Pilang, Kota Surabaya

EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN: PILAR MENUJU INDONESIA EMAS 2045

Penulis:
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®
Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.
Amatulloh Mufida, S.Pd. | Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.
Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr. | Ana Luthfiyah, S.Pd.
Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr. | Eko Budi Utomo, S.Pd.
Atika Alifia, S.Pd. | Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.
Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Dr. Norida Canda Sakti, M.Si.

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
xii, 305, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-778-1

Cetakan Pertama:
Maret 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku ini dapat tersusun dan diterbitkan dengan baik. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai ekonomi kreatif dan kewirausahaan, dua konsep yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas.

Di era digital dan globalisasi yang semakin berkembang pesat, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor unggulan yang mampu menciptakan peluang usaha, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing suatu bangsa. Kewirausahaan, sebagai motor penggerak ekonomi kreatif, berperan penting dalam mengubah ide-ide inovatif menjadi produk dan layanan yang bernilai ekonomi tinggi. Melalui kombinasi kreativitas, teknologi, dan strategi bisnis yang tepat, sektor ini mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun global.

Buku ini disusun untuk memberikan wawasan komprehensif mengenai berbagai aspek ekonomi kreatif, termasuk teori dan konsep dasar, peran kewirausahaan, tantangan yang dihadapi, serta strategi dalam menghadapi persaingan global. Pembahasan dalam buku ini juga dilengkapi dengan kajian mengenai digitalisasi, model bisnis inovatif, serta contoh-contoh implementasi ekonomi kreatif yang sukses di berbagai sektor industri.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, mahasiswa, praktisi bisnis, pelaku industri kreatif, serta masyarakat luas yang ingin memahami dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif di era digital. Dengan semakin berkembangnya sektor ini, diharapkan dapat tercipta ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan industri kreatif dan kewirausahaan yang berkelanjutan.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas dan menjadi inspirasi bagi perkembangan ekonomi kreatif di masa depan.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA vii

DAFTAR ISI viii

BAB 1 TEORI, KONSEP EKONOMI KREATIF, DAN WAWASAN KEWIRAUSAHAAN 1

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP® 1

Universitas Negeri Surabaya 1

A. Pendahuluan 1

B. Definisi Ekonomi Kreatif Dan Kewirausahaan 4

C. Peran Kewirausahaan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif 10

D. Definisi Dan Karakteristik Wirausaha Dalam Ekonomi Kreatif 13

E. Inovasi Sebagai Kompetensi Kunci Kewirausahaan 16

F. Risiko Dan Ketidakpastian Dalam Bisnis Kreatif 19

G. Digitalisasi Dan Transformasi Model Bisnis Kreatif 23

H. Studi Kasus: *E-Commerce*, Musik, Dan Desain Grafis 25

I. Tren Ekonomi Kreatif Dan Wawasan Kewirausahaan 28

BAB 2 SINERGI ANTARA EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN 32

Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd. 32

Universitas Negeri Surabaya 32

A. Sinergi Antara Ekonomi Kreatif Dan Kewirausahaan 32

B. Potensi Dan Peluang Sektor Ekonomi Kreatif Dalam Pembelajaran 36

C. Metode Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Sektor Ekonomi Kreatif 43

D. Tantangan Dan Peluang Integrasi Ekonomi Kreatif Dalam Pembelajaran Kewirausahaan 47

E. Kolaborasi Antara Pendidikan Dan Industri Ekonomi Kreatif 51

F. Studi Kasus Implementasi Kurikulum 54

BAB 3 INDIKASI ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN 59

Amatulloh Mufida, S.Pd. 59

Universitas Negeri Surabaya 59

A. Hakikat Kewirausahaan: Sebuah Kajian Konseptual Yang Komprehensif 60

B. Kewirausahaan: Perspektif Komprehensif Dan Esensial 62

C. Modal Dalam Membangun Usaha 68

D. Ciri-Ciri Umum Kewirausahaan 71

E. Faktor-Faktor Pembentukan Minat Kewirausahaan 81

F. Berpikir Kreatif Dalam Kewirausahaan 85

BAB 4 IDENTIFIKASI DAN ANALISIS PERAN KELUARGA DALAM MENINGKATKAN MINAT WIRAUSAHA EKONOMI KREATIF 91

Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr. 91

Universitas Negeri Surabaya 91

A. Pendahuluan 91

B. Tinjauan Teoritis 93

C. Lingkungan Keluarga Dalam Pembentukan Karakter Wirausaha ... 99

D. Pola Asuh 100

E. Keterkaitan Antara Keluarga Dan Minat Pada Subsektor Ekonomi Kreatif 105

F. Analisis Peran Keluarga Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif 110

BAB 5 ENVIRONMENT ETIC 112

Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr. 112

Universitas Negeri Surabaya 112

A. Pendahuluan 112

B. Konsep Dasar Environment Ethics 114

C. Konsep Dasar Environment Ethics 117

D. Konsep Dasar Environment Ethics 126

E. Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Lingkungan 130
F. Integrasi Etika Lingkungan Dalam Ekonomi Kreatif 134
G. Peran Teknologi Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif Beretika Lingkungan 136
H. Peran Pemerintah Dan Regulasi Dalam Mendukung Penerapan Etika Lingkungan Dalam Ekonomi Kreatif Agar Memaksimalkan Kebermanfaatannya 137

BAB 6 SKILL DAN ATITUDE DEVELOPMENT DALAM PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA 141

Ana Luthfiyah, S.Pd. 141

Universitas Negeri Surabaya 141

A. Pendahuluan 141
B. Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) 142
C. Pengembangan *Skill* Sunber Daya Manusia (SDM) Abad 21 149
D. Pengembangan Sikap (*Attitude*) Sumber Daya Manusia (SDM) Abad 21 157
E. Rangkuman 166

BAB 7 STRATEGI MEMBANGUN LITERASI EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN 168

Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr. 168

Universitas Negeri Surabaya 168

A. Pendahuluan 168
B. Literasi Ekonomi 169
C. Kewirausahaan 175
D. Strategi Membangun Literasi Ekonomi Dan Kewirausahaan 185

BAB 8 STRATEGI MEMBANGUN KESUKSESAN KEWIRAUSAHAAN SEKTOR EKONOMI KREATIF 190

Eko Budi Utomo, S.Pd. 190

Universitas Negeri Surabaya 190

A. Pengertian Ekonomi Kreatif Dan Kontribusinya Dalam Perekonomian 191
B. Sektor-Sektor Utama Dalam Ekonomi Kreatif 192

C. Peluang Bisnis Dan Tren Terbaru Dalam Sektor Ekonomi Kreatif193
D. Kewirausahaan 194
E. Srategi Pengembangan Kewirausahaan 195
F. Kiat- Kiat Keberhasilan Berwirausaha 197
G. Membangun Bisnis Kreatif: Dari Ide Ke Eksekusi 200
H. Strategi Pemasaran Dan Branding Yang Efektif Di Industri Kreatif 201
I. Pemanfaatan Teknologi Dan Media Digital Untuk Memperluas Pasar 203
J. Pengelolaan Sumber Daya Dan Pembiayaan 204
K. Menghadapi Tantangan Dan Meraih Kesuksesan 206
L. Masa Depan Ekonomi Kreatif Dan Peluang Baru Bagi Wirausahawan 208
M. Studi Kasus..... 211
BAB 9 EKOSISTEM EKONOMI KREATIF 212
Atika Alifia, S.Pd. 212
Universitas Negeri Surabaya 212
A. Pendahuluan 212
B. Pengertian Ekosistem Ekonomi Kreatif..... 213
C. Peran Ekosistem Ekonomi Kreatif Dalam Ekonomi Kreatif..... 216
D. Tantangan Dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif..... 219
E. Strategi Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif 223
F. Studi Kasus Keberhasilan Ekonomi Kreatif 227
G. Kesimpulan..... 230
BAB 10 TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI DALAM EKONOMI KREATIF..... 231
Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd. 231
Universitas Negeri Surabaya 231
A. Pendahuluan 231
B. Pengantar Teknologi Dan Digitalisasi Dalam Ekonomi Kreatif.... 232
C. Peran Ekosistem Digital Dalam Ekonomi Kreatif 236

D. E-Commerce Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif 238
E. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif 242
F. Peluang Dan Tantangan Digitalisasi Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif 244
G. Keamanan Siber Dalam Ekonomi Kreatif Berbasis Digital 245
H. Dampak Ekonomi Digital Terhadap Tenaga Kerja Di Sektor Ekonomi Kreatif 248
I. Penerapan Digitalisasi Pada Sektor Ekonomi Kreatif 251
J. Ekosistem Start Up Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif 254
K. Contoh Penerapan Teknologi Dan Digitalisasi Dalam Subsektor Ekonomi Kreatif 255
BAB 11 EKONOMI KREATIF BERKELANJUTAN 257
Ayu Fitria Ismawati, S.Pd. 257
Universitas Negeri Surabaya 257
A. Pendahuluan 257
B. Edukasi Industri Rumahan 258
C. Strategi Penerapan Ekonomi Kreatif Berkelanjutan 260
D. Peran Pendidikan Dan Pelatihan Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif 268
E. Peran Pemerintah Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Kreatif 269
DAFTAR PUSTAKA 272
PROFIL PENULIS 295

BAB 1 TEORI, KONSEP EKONOMI KREATIF, DAN WAWASAN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang mengalami perkembangan pesat. Ekonomi kreatif berpotensi besar mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, menciptakan peluang kerja yang luas, dan meningkatkan daya saing di pasar global. Di tengah dinamika ekonomi global yang kompetitif, ekonomi kreatif memberikan pendekatan baru dalam menciptakan nilai ekonomi melalui pemanfaatan kreativitas, pengetahuan, dan inovasi sebagai aset utama. Secara esensial, ekonomi kreatif melibatkan pemanfaatan ide-ide inovatif, bakat individu, dan keahlian khusus untuk menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi. Sektor ini mencakup beragam industri, seperti seni rupa, desain, periklanan, arsitektur, perfilman, musik, media digital, permainan video, fesyen, serta kerajinan tangan (Misrah, 2023).

Ekonomi kreatif sebagai sistem ekonomi berbasis kreativitas memiliki keunikan dibandingkan sektor lainnya. Aktivitas dalam ekonomi kreatif mencakup produksi barang dan jasa yang memiliki dimensi estetika, intelektual, atau inovatif yang signifikan. Contoh-contoh produk ekonomi kreatif meliputi film, musik, desain, kuliner khas, aplikasi digital, animasi, dan permainan video, yang semuanya menunjukkan bagaimana ide kreatif dapat diubah menjadi produk dengan nilai jual tinggi. Karakteristik ini menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif suatu negara, terutama dalam menghadapi tuntutan pasar yang

terus berubah. Ekonomi kreatif secara umum dapat diartikan sebagai sebuah pendekatan konseptual yang bertujuan untuk mewujudkan pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas sebagai fondasi utamanya (Habib, 2021).

Kewirausahaan menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Sebagai motor penggerak inovasi, kewirausahaan memainkan peran penting dalam mengidentifikasi peluang, mengembangkan ide-ide kreatif, dan mengelola sumber daya untuk menciptakan produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dalam konteks ekonomi kreatif, wirausahawan tidak hanya berperan sebagai pelaku bisnis tetapi juga sebagai inovator yang mampu membawa ide-ide baru ke dalam kehidupan nyata, menciptakan solusi yang adaptif dan kreatif terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses menciptakan usaha baru yang melibatkan inovasi, eksplorasi peluang, pengelolaan risiko, serta pengintegrasian berbagai elemen produksi untuk menghasilkan nilai ekonomi (Nurina *et al.,* 2024).

Peran kewirausahaan dalam ekonomi kreatif dapat dilihat dalam berbagai aspek. Pertama, kewirausahaan mendorong terciptanya inovasi yang menjadi landasan utama dalam ekonomi kreatif. Wirausahawan kreatif mampu mengidentifikasi peluang di pasar yang belum tergarap, menciptakan produk baru, atau memperkenalkan metode distribusi yang lebih efisien. Kedua, kewirausahaan berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, terutama bagi sektor-sektor yang berbasis keterampilan dan keahlian kreatif. Ketiga, kewirausahaan membantu meningkatkan daya saing global dengan mengembangkan produk-produk lokal yang memiliki keunikan budaya dan nilai estetika, sehingga mampu menarik perhatian pasar internasional. Kewirausahaan di Indonesia diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk menyerap surplus tenaga kerja, tetapi juga berperan sebagai motor penggerak aktivitas ekonomi yang berkontribusi signifikan terhadap kemajuan dan pertumbuhan ekonomi nasional, sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi negara (Asmini *et al.,* 2024).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dorongan signifikan bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Digitalisasi tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas tetapi juga memungkinkan efisiensi dalam produksi, distribusi, dan promosi produk kreatif. Teknologi digital memungkinkan wirausahawan kreatif untuk menjangkau pasar global

dengan biaya yang lebih rendah, mengurangi hambatan geografis, serta meningkatkan skala usaha secara signifikan. Platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan layanan streaming telah menjadi alat utama bagi wirausahawan kreatif untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk mereka ke audiens yang lebih besar.

Namun, meskipun menawarkan banyak peluang, ekonomi kreatif juga menghadapi tantangan yang signifikan. Persaingan global yang semakin ketat menuntut wirausahawan untuk terus berinovasi agar tetap relevan. Selain itu, perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi isu penting dalam menjaga keberlanjutan ekonomi kreatif. Tanpa sistem perlindungan yang kuat, wirausahawan kreatif berisiko kehilangan hak atas karya mereka, yang dapat menghambat motivasi untuk berinovasi. Tantangan lainnya adalah akses terhadap sumber daya, seperti modal dan pelatihan, yang sering kali menjadi kendala bagi wirausahawan pemula dalam mengembangkan ide kreatif menjadi usaha yang berkelanjutan.

Bab ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep ekonomi kreatif dan kewirausahaan, serta hubungan saling melengkapi di antara keduanya. Ekonomi kreatif dan kewirausahaan merupakan dua elemen yang tidak terpisahkan dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Kewirausahaan menjadi elemen kunci dalam ekonomi kreatif, karena memungkinkan ide-ide kreatif diubah menjadi produk yang dapat diakses oleh pasar. Sebaliknya, ekonomi kreatif menyediakan ruang bagi kewirausahaan untuk berkembang melalui penggabungan kreativitas, teknologi, dan budaya.

Melalui pembahasan ini, pembaca akan diajak untuk memahami pentingnya peran kewirausahaan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, baik dalam skala lokal maupun global. Selain itu, bab ini akan menjelaskan bagaimana kewirausahaan dapat menjadi solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi ekonomi kreatif, termasuk bagaimana teknologi dan inovasi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan. Dengan demikian, pembahasan ini tidak hanya relevan bagi pelaku ekonomi kreatif tetapi juga bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan masyarakat luas yang ingin memahami dinamika sektor ekonomi yang sedang tumbuh ini.

B. DEFINISI EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN

1. Konsep dan Landasan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu paradigma ekonomi modern yang menekankan pada optimalisasi kreativitas, pengetahuan, dan inovasi sebagai komponen utama dalam menciptakan nilai tambah. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap perubahan struktur ekonomi global yang semakin bergeser dari ketergantungan pada sumber daya alam dan manufaktur ke arah ekonomi berbasis ide dan keahlian manusia. Seiring dengan pengakuan terhadap peran strategis kreativitas dalam perekonomian, ekonomi kreatif berkembang pesat sejak awal abad ke-21, mencerminkan transformasi signifikan dalam cara kita memandang sumber daya ekonomi.

Ekonomi kreatif tidak terbatas pada aktivitas ekonomi konvensional, melainkan mencakup spektrum yang lebih luas, termasuk seni, budaya, teknologi, dan media. Sebagai wadah integrasi berbagai disiplin ilmu dan praktik, ekonomi kreatif memungkinkan perpaduan unik antara seni dan teknologi untuk menghasilkan produk dan layanan yang tidak hanya bernilai komersial tetapi juga memiliki signifikansi budaya. Misalnya, pengembangan aplikasi berbasis teknologi yang mengangkat unsur seni visual lokal atau musik tradisional menjadi contoh bagaimana seni dan teknologi dapat bersinergi dalam ekonomi kreatif.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif melibatkan berbagai sektor yang dikenal sebagai *creative industries*. Sektor-sektor ini meliputi seni visual, seni pertunjukan, desain, media, teknologi informasi, dan produk berbasis budaya. Inti dari aktivitas di sektor-sektor ini adalah penciptaan *output* kreatif yang mencerminkan ide-ide inovatif dan orisinalitas. Tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja, produk dari ekonomi kreatif juga memberikan nilai sosial yang mendalam, seperti pelestarian identitas budaya dan penguatan komunitas lokal.

Ciri khas ekonomi kreatif adalah kebergantungannya pada kreativitas sebagai modal utama. Kreativitas, dalam konteks ini, tidak hanya berarti kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru tetapi juga keterampilan untuk menyusun solusi yang inovatif terhadap masalah yang ada. Hal ini menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang sangat

dinamis, yang terus berkembang seiring dengan perubahan kebutuhan pasar dan masyarakat. Kemampuan untuk berpikir di luar batasan tradisional menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang paling adaptif terhadap perkembangan zaman.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, relevansi ekonomi kreatif semakin meningkat. Globalisasi membuka peluang bagi produk kreatif untuk menjangkau pasar internasional, sementara digitalisasi menyediakan platform bagi individu dan kelompok untuk mengeksplorasi ide-ide baru dengan biaya yang lebih rendah dan jangkauan yang lebih luas. Di sisi lain, permintaan akan produk dan layanan yang inovatif terus bertumbuh, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya orisinalitas dan keberlanjutan. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif bukan hanya sekadar sektor ekonomi tetapi juga alat strategis untuk meningkatkan daya saing suatu negara di panggung global.

Dengan sifatnya yang unik dan multidimensi, ekonomi kreatif juga menjadi sarana untuk mengatasi berbagai tantangan global, seperti pengangguran, urbanisasi, dan kehilangan identitas budaya. Sektor ini mampu menciptakan peluang kerja yang inklusif, memberikan ruang bagi individu dari berbagai latar belakang untuk berkontribusi berdasarkan kreativitas dan keterampilan mereka. Selain itu, melalui pelestarian budaya lokal, ekonomi kreatif membantu mencegah homogenisasi budaya yang sering kali menjadi dampak negatif dari globalisasi.

Keseluruhan definisi dan pemahaman ini menggarisbawahi pentingnya ekonomi kreatif sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi yang tidak hanya fokus pada angka-angka pertumbuhan tetapi juga pada aspek-aspek manusiawi seperti kreativitas, identitas, dan inovasi. Sebagai landasan ekonomi masa depan, ekonomi kreatif memerlukan dukungan lintas sektor, baik dari pemerintah, sektor swasta, hingga masyarakat luas, untuk memaksimalkan potensi yang dimilikinya dalam menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan sosial budaya.

2. Kewirausahaan Pilar Utama Ekonomi Kreatif

Kewirausahaan adalah strategi yang efektif dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi suatu negara. Pendekatan ini selaras dengan tujuan nasional untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan mengatasi masalah pengangguran (Sulistyowati, 2023). Sebagai fenomena yang

BAB 2 SINERGI ANTARA EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN

Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

A. SINERGI ANTARA EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN

Sinergi antara ekonomi kreatif dan kewirausahaan sangat penting dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan memanfaatkan kreativitas untuk menciptakan produk dan layanan baru, sementara ekonomi kreatif menyediakan ruang bagi ide-ide inovatif untuk berkembang dan berkontribusi pada perekonomian (Hisrich, 2025). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana kedua elemen ini saling berinteraksi dan mendukung satu sama lain.

1. Definisi dan Konsep Dasar

   Ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor, termasuk seni, desain, musik, film, kuliner, fashion, animasi, permainan digital, serta industri berbasis teknologi dan inovasi. Keunggulan utama ekonomi kreatif terletak pada nilai tambah yang dihasilkan dari kreativitas dan intelektualitas, yang tidak hanya memberikan dampak ekonomi tetapi juga memperkaya budaya dan identitas suatu bangsa.

   Di Indonesia, ekonomi kreatif telah menjadi sektor strategis dengan kontribusi yang terus meningkat terhadap PDB nasional. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), subsektor seperti kuliner, fashion, dan kriya merupakan penyumbang terbesar dalam industri ini. Selain itu, perkembangan digital telah mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif

melalui platform *e-commerce*, media sosial, dan teknologi berbasis kecerdasan buatan.

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung ekosistem ekonomi kreatif, baik melalui kebijakan, pendanaan, maupun penguatan infrastruktur digital dan regulasi hak kekayaan intelektual. Kolaborasi antara pelaku industri, akademisi, dan komunitas kreatif juga menjadi kunci dalam mempercepat inovasi dan daya saing global.

Kewirausahaan adalah proses menciptakan dan mengelola usaha baru dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Dalam konteks ekonomi kreatif, kewirausahaan tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan budaya. Para wirausahawan kreatif mengembangkan ide-ide inovatif menjadi produk dan layanan yang memiliki nilai tambah serta mampu bersaing di pasar. Mereka mengandalkan kreativitas, fleksibilitas, serta teknologi digital untuk menciptakan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan zaman(Adinugraha, 2022).

Peran kewirausahaan dalam ekonomi kreatif sangat signifikan, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing global, serta memajukan budaya lokal. Produk kreatif seperti seni, desain, fashion, kuliner, dan digital content tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkaya identitas budaya suatu bangsa. Selain itu, kewirausahaan kreatif seringkali berbasis komunitas, yang dapat mendorong inklusi sosial dan kesejahteraan masyarakat.

2. Peran Kewirausahaan dalam Ekonomi Kreatif

   Kewirausahaan berfungsi sebagai penggerak utama dalam ekonomi kreatif dengan mengubah ide-ide kreatif menjadi bisnis yang berkelanjutan (Mere et al., 2023). Berikut adalah beberapa aspek penting dari peran kewirausahaan dalam ekonomi kreatif:

   a. Inovasi dan Kreativitas: Para pengusaha kreatif memiliki kemampuan untuk mengambil risiko dan berinovasi, yang memungkinkan mereka untuk menciptakan produk dan layanan yang unik. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup model bisnis, pemasaran, dan distribusi. Misalnya, banyak startup teknologi yang menggabungkan seni dan teknologi untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menarik

b. Penciptaan Lapangan Kerja: Kewirausahaan juga menciptakan lapangan kerja, yang berkontribusi pada pengurangan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. MenurutNur Rahman (2021), sektor ekonomi kreatif telah menyerap lebih dari 16 juta tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2021, menunjukkan dampak positifnya terhadap perekonomian.
c. Pengembangan Ekonomi Lokal: Kewirausahaan dalam sektor kreatif dapat membantu mengembangkan ekonomi lokal dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan budaya setempat. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat identitas budaya. Misalnya, banyak usaha kecil yang mengandalkan kerajinan tangan lokal untuk menarik wisatawan (Syafitri & Nisa, 2024).

3. Sinergi antara Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan
   Ekonomi kreatif menyediakan lingkungan yang mendukung bagi para wirausahawan untuk berinovasi dan berkolaborasi. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai sinergi ini:
   a. Ekosistem Kreatif: Keduanya saling melengkapi dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri kreatif. Ekosistem ini mencakup berbagai aktor, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas kreatif yang saling berinteraksi untuk menciptakan inovasi. Misalnya, banyak kota di seluruh dunia yang telah mengembangkan kawasan kreatif untuk mendukung kolaborasi antara seniman, desainer, dan pengusaha (Afdhal Chatra et al., 2023).
   b. Kolaborasi Multisektoral: Kolaborasi antara pelaku bisnis, pemerintah, dan lembaga pendidikan sangat penting untuk menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Kebijakan yang mendukung, seperti insentif pajak dan dukungan finansial, dapat mendorong pertumbuhan sektor ini. Contohnya, beberapa negara telah menerapkan kebijakan untuk mendukung startup kreatif melalui pendanaan dan pelatihan.
4. Manfaat Sinergi antara Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan
   Sinergi antara ekonomi kreatif dan kewirausahaan memberikan berbagai manfaat, antara lain:
   a. Inovasi Berkelanjutan: Mendorong inovasi yang berkelanjutan dan menciptakan produk yang memiliki nilai tambah tinggi. Produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga

BAB 3 INDIKASI ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN

Amatulloh Mufida, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

Kewirausahaan telah lama diakui sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi global. Peran kewirausahaan tidak hanya terbatas pada penciptaan usaha baru, tetapi juga mencakup inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan ekonomi secara menyeluruh. Di Indonesia, sektor usaha kecil dan menengah (UKM) berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, menjadikan pengembangan kewirausahaan sebagai salah satu prioritas strategis dalam memperkuat perekonomian nasional.

Generasi muda, khususnya mahasiswa, memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak kewirausahaan yang inovatif. Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa menjadi perhatian penting karena dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap kemajuan ekonomi dan sosial. Minat ini tidak muncul secara alami, melainkan membutuhkan proses pembentukan dan penguatan melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang sistematis.

Pendidikan kewirausahaan di lingkungan akademis berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dasar kewirausahaan, memahami konsep bisnis, serta menumbuhkan motivasi dan inspirasi untuk memulai karier sebagai wirausahawan. Program yang dirancang dengan baik tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga memfasilitasi pengalaman praktis, seperti simulasi bisnis, studi kasus, dan interaksi langsung dengan

pelaku usaha. Studi sebelumnya (Henrekson et al., 2022) menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengikuti program kewirausahaan yang terintegrasi dengan pengalaman praktik lebih cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi.

Selain pendidikan kewirausahaan, faktor eksternal seperti dukungan keluarga, teman, dan kebijakan pemerintah juga memainkan peran signifikan dalam pembentukan minat berwirausaha (Oktarina et al., 2019). Dukungan sosial yang kuat dapat memberikan dorongan moral, akses sumber daya, dan lingkungan yang kondusif untuk memulai usaha. Di sisi lain, kebijakan publik yang mendukung, seperti insentif pajak, program pelatihan, dan akses pembiayaan, dapat mengurangi hambatan bagi mahasiswa untuk mengejar peluang bisnis. Faktor internal seperti efikasi diri, sikap terhadap risiko, dan motivasi pribadi juga menjadi elemen penting dalam membentuk minat berwirausaha (Purnamasari, 2018). Keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengelola dan mengembangkan usaha, serta keberanian menghadapi risiko, sering kali menjadi determinan utama dalam keputusan untuk berwirausaha. Motivasi pribadi, termasuk keinginan untuk mencapai tujuan profesional dan finansial, semakin memperkuat tekad mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha.

Melalui analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi minat berwirausaha, makalah ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang interaksi di antara berbagai elemen tersebut. Dengan pemahaman yang komprehensif, diharapkan dapat dirumuskan strategi pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif untuk mendukung pengembangan minat dan keterampilan mahasiswa. Buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan pendidikan kewirausahaan yang lebih relevan dan aplikatif, serta mendukung terciptanya generasi wirausahawan muda yang siap menghadapi tantangan global dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

A. HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN: SEBUAH KAJIAN KONSEPTUAL YANG KOMPREHENSIF

Kewirausahaan, atau dalam istilah global dikenal sebagai *entrepreneurship*, adalah konsep yang hingga kini terus berkembang tanpa adanya terminologi yang sepenuhnya seragam. Secara umum, esensi

kewirausahaan merujuk pada serangkaian sifat, karakteristik, dan ciri-ciri khas yang melekat pada individu yang memiliki tekad kuat untuk mewujudkan gagasan-gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata, serta mampu mengembangkan usaha tersebut secara tangguh dan berkelanjutan. Sebagaimana diungkapkan oleh Peter F. Drucker (1994), kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dalam bentuk yang lebih sederhana, kewirausahaan kerap diartikan sebagai prinsip atau kemampuan wirausaha, sebagaimana dipaparkan dalam buku (Ria Kusumaningrum, Anggita Tresliyana Suryana et al., 2016).

Secara linguistik, istilah kewirausahaan berasal dari kata *entrepreneurship*, yang memiliki makna luas sebagai tulang punggung perekonomian (*the backbone of economy*) dan pengendali perekonomian suatu bangsa (*the tailbone of economy*), sebagaimana dijelaskan oleh Soeharto Wirakusumo (1997). Dari perspektif epistemologis, kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai yang menjadi fondasi untuk memulai suatu usaha atau proses menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Thomas W. Zimmerer (1996) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan aplikasi kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah serta memanfaatkan peluang yang muncul dalam kehidupan sehari-hari (*applying creativity and innovation to solve problems and exploit opportunities that people face every day*).

Dalam hal ini, kewirausahaan adalah perpaduan antara kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko. Proses tersebut dilakukan dengan kerja keras, tekad yang kuat, serta kemampuan untuk membangun dan mempertahankan usaha baru. Zimmerer (1996) lebih lanjut mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara inovatif dalam menyelesaikan persoalan dan memanfaatkan peluang (*creativity is the ability to develop new ideas and discover new ways of looking at problems and opportunities*). Sedangkan, inovasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang guna meningkatkan kualitas hidup manusia (*innovation is the ability to apply creative solutions to problems and opportunities to enhance or enrich people's lives*) (Shavab et al., 2021).

Dalam pandangan Theodore Levitt, yang dikutip Zimmerer (1996), kreativitas melibatkan proses berpikir tentang sesuatu yang baru, sedangkan

BAB 4 IDENTIFIKASI DAN ANALISIS PERAN KELUARGA DALAM MENINGKATKAN MINAT WIRAUSAHA EKONOMI KREATIF

Maf Ulatul Ainiyah, S.Pd., Gr.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Keluarga, sebagai unit sosial pertama yang kita kenal, berperan sebagai fondasi bagi perkembangan individu. Dalam konteks pembentukan karakter wirausaha, keluarga ibarat sebuah nurseri tempat benih-benih jiwa kewirausahaan ditanam dan dirawat. Lingkungan keluarga yang kaya akan stimulasi dan dukungan dapat menumbuhkan minat, sikap, serta keterampilan yang menjadi pondasi bagi kesuksesan seorang wirausaha. Nilai-nilai yang ditanamkan sejak dini dalam keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pembentukan karakter. Nilai-nilai seperti kemandirian, tanggung jawab, inisiatif, dan ketekunan adalah fondasi penting bagi jiwa kewirausahaan. Ketika anak-anak tumbuh dalam lingkungan yang menghargai nilai-nilai tersebut, mereka cenderung lebih berani mengambil risiko, berpikir kreatif, dan gigih dalam menghadapi tantangan.

Dalam konteks *book chapter* ini, kita akan membahas wirausaha dalam ranah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, yang memiliki potensi untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui

penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu 1 tersebut. Sektor-sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif sangat beragam, antara lain seni pertunjukan, seni rupa, desain, arsitektur, periklanan, penerbitan, musik, film, animasi, video, fotografi, televisi dan radio, fashion, kuliner, kerajinan, permainan interaktif (*game*), dan aplikasi.

Wirausaha memegang peranan krusial dalam ekosistem ekonomi kreatif. Wirausahawan di sektor ini tidak hanya menciptakan produk atau jasa yang inovatif, tetapi juga membuka lapangan kerja baru, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan daya saing bangsa di kancah global. Inovasi yang dihasilkan oleh wirausahawan kreatif seringkali menjadi penggerak utama perkembangan industri dan menciptakan tren baru di masyarakat. Tanpa adanya wirausaha yang berani mengambil risiko dan berinovasi, potensi ekonomi kreatif tidak akan dapat dimaksimalkan.

Selain nilai-nilai, pola asuh yang diterapkan oleh orang tua juga memainkan peran penting. Pola asuh yang demokratis, di mana anak-anak didorong untuk berpikir kritis, mengambil keputusan, dan bertanggung jawab atas tindakan mereka, dapat menumbuhkan rasa percaya diri dan kemampuan untuk memecahkan masalah. Sebaliknya, pola asuh yang terlalu otoriter atau terlalu permisif dapat menghambat perkembangan jiwa kewirausahaan. Dukungan sosial dari keluarga juga sangat penting. Ketika anak-anak merasa didukung dan dicintai oleh keluarga, mereka akan merasa lebih aman untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan mengambil risiko. Dukungan finansial, emosional, dan sosial dari keluarga dapat memberikan modal awal yang berharga bagi anak-anak untuk memulai usaha mereka sendiri.

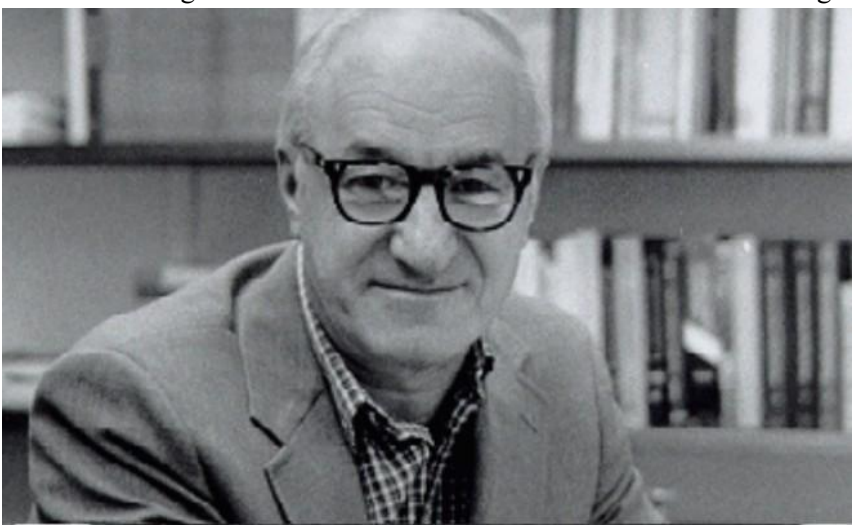
Di Indonesia, keluarga memiliki peran yang sangat sentral dalam pembentukan karakter dan nilai-nilai individu. Nilai-nilai budaya seperti gotong royong, kekeluargaan, dan menghormati orang tua seringkali memengaruhi cara keluarga mendukung atau bahkan menghalangi minat anak terhadap wirausaha. Misalnya, dalam beberapa budaya, bekerja sebagai pegawai dianggap lebih stabil dan terhormat dibandingkan menjadi wirausaha. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan semakin terbukanya informasi, pandangan ini mulai berubah, dan semakin banyak keluarga yang mendukung anak-anak mereka untuk berwirausaha, terutama di sektor ekonomi kreatif yang dianggap lebih relevan dengan generasi muda. Struktur keluarga di Indonesia yang umumnya masih kuat juga memberikan

dukungan sosial dan bahkan finansial yang signifikan bagi anggota keluarga yang ingin memulai usaha.

Dengan memahami betapa krusialnya peran keluarga dalam membentuk karakter wirausaha, kita dapat mengidentifikasi strategi-strategi untuk menciptakan lingkungan keluarga yang kondusif bagi tumbuh kembang jiwa kewirausahaan pada anak. Bab ini akan membahas secara mendalam berbagai aspek peran keluarga, mulai dari nilai-nilai yang ditanamkan, pola asuh yang diterapkan, hingga dukungan sosial yang diberikan. Dengan demikian, kita dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya membangun generasi muda yang memiliki jiwa wirausaha yang kuat, khususnya di bidang ekonomi kreatif.

B. TINJAUAN TEORITIS

1. Teori Sosial Kognitif dan Pembentukan Jiwa Wirausaha dalam Keluarga



Gambar 4.1. Albert Bandura
(Sumber: jumigoods., 2024)

Bandura (1977) dalam teorinya yang terkenal, Teori Sosial Kognitif, menekankan pentingnya pembelajaran observasional atau modeling dalam pembentukan perilaku individu. Dalam konteks keluarga, anak-anak secara tidak sadar menjadi pengamat yang cermat terhadap perilaku orang tua dan anggota keluarga lainnya. Ketika mereka melihat orang tua

yang aktif berwirausaha, mengambil risiko secara kalkulatif, dan mengatasi tantangan dengan penuh inovasi, secara tidak langsung mereka menyerap nilai-nilai kewirausahaan tersebut. Proses internalisasi ini membentuk suatu skema kognitif tentang apa itu "wirausaha" dan apa yang diharapkan dari seorang wirausahawan.

Selain modeling, Teori Sosial Kognitif juga menekankan konsep *vicarious reinforcement*, yaitu pembelajaran melalui pengamatan terhadap konsekuensi yang diterima orang lain. Dalam konteks ini, anak-anak tidak hanya meniru perilaku wirausaha orang tua, tetapi juga mengamati dampak dari perilaku tersebut. Jika orang tua berhasil dalam wirausaha, misalnya dengan mendapatkan keuntungan finansial, pengakuan sosial, atau kepuasan pribadi, anak akan melihatnya sebagai penguatan positif dan termotivasi untuk mengikuti jejaknya. Sebaliknya, jika orang tua mengalami kegagalan dan dampak negatifnya (misalnya kerugian finansial atau stres), anak akan ragu untuk berwirausaha.

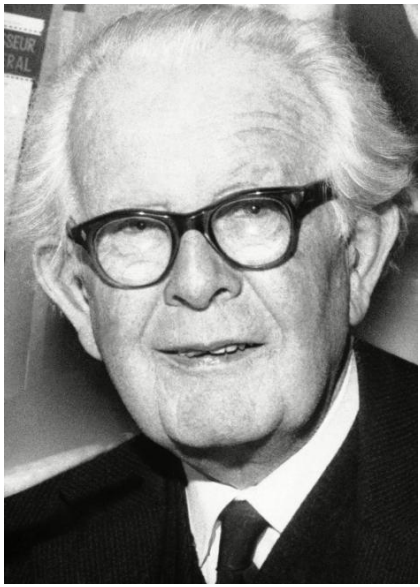
Penelitian oleh (Rukmana et al., 2023) mendukung gagasan ini. Studi mereka menunjukkan bahwa anak-anak yang memiliki orang tua wirausaha cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam kemampuan mereka untuk memulai bisnis sendiri. Selain itu, mereka juga lebih cenderung memiliki sikap positif terhadap risiko dan inovasi. Temuan ini selaras dengan konsep *"self-efficacy"* dalam teori Bandura, di mana keyakinan individu pada kemampuan dirinya untuk mencapai suatu tujuan sangat memengaruhi tindakannya. Lebih lanjut, penelitian (Adi & Idris, 2021) menunjukkan bahwa tidak hanya perilaku, tetapi juga emosi yang ditampilkan oleh orang tua saat berwirausaha dapat memengaruhi anak. Misalnya, jika anak melihat orang tua merasa senang dan puas saat menghadapi tantangan bisnis, mereka akan lebih termotivasi untuk mengikuti jejak orang tua mereka. Sebaliknya, jika anak melihat orang tua mengalami stres dan frustrasi yang berlebihan, mereka mungkin akan merasa takut untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

Contoh konkret dari modeling dan *vicarious reinforcement* dalam konteks wirausaha ekonomi kreatif adalah sebagai berikut: Seorang anak melihat ibunya sukses menjual produk kerajinan tangan secara online melalui *platform e-commerce.* Anak tersebut mengamati bagaimana ibunya membuat produk, mempromosikannya di media sosial, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola keuangan. Keberhasilan

ibunya, yang ditunjukkan dengan peningkatan penjualan dan ulasan positif dari pelanggan, memberikan *vicarious reinforcement* bagi anak tersebut. Akibatnya, anak termotivasi untuk mencoba membuat dan menjual produk kerajinan tangannya sendiri secara online.

2. Teori Perkembangan Kognitif Piaget dan Peran Keluarga dalam Membentuk Jiwa Wirausaha

   Jean Piaget, seorang psikolog perkembangan terkemuka, mengusulkan bahwa perkembangan kognitif anak berlangsung melalui beberapa tahap yang berurutan, mulai dari tahap sensorimotor hingga tahap operasional formal (Nainggolan & Daeli, 2021). Pada setiap tahap, anak memiliki cara berpikir yang khas dan kemampuan kognitif yang berbeda. Keluarga, sebagai lingkungan pertama anak, memiliki peran yang sangat krusial dalam merangsang dan mendukung perkembangan kognitif ini.



Gambar 4.2. Jean Piaget
(Sumber: Britannica., 2024)

Berikut adalah kaitan antara tahap perkembangan Piaget dengan aspek kewirausahaan:

a. Tahap Sensorimotor (0-2 tahun): Pada tahap ini, anak belajar melalui indera dan gerakan. Meskipun belum relevan dengan konsep

BAB 5 ENVIRONMENT ETIC

Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi global, mengingat potensinya untuk menciptakan nilai tambah yang tinggi melalui inovasi dan kreativitas. Sebagai sektor yang menggabungkan budaya, seni, teknologi, dan bisnis, ekonomi kreatif tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) di banyak negara, tetapi juga membuka peluang kerja baru bagi generasi muda. Keberlanjutan ekonomi kreatif, bagaimanapun, membutuhkan pendekatan holistik yang mempertimbangkan aspek sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam konteks ini, penerapan prinsip environment etic menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif tidak mengorbankan keberlanjutan lingkungan.

Konsep environment etic berkaitan dengan tanggung jawab etis manusia terhadap lingkungan, termasuk bagaimana mereka memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana dan mempertahankan ekosistem yang sehat untuk generasi mendatang. Di sektor ekonomi kreatif, yang sering kali bergantung pada eksploitasi sumber daya alam dan budaya, prinsip-prinsip ini menjadi semakin penting. Pelaku ekonomi kreatif perlu menyadari bahwa keberhasilan jangka panjang mereka sangat dipengaruhi oleh kelestarian lingkungan yang menjadi basis utama dari inovasi dan kreativitas mereka.

Dalam era modern yang ditandai dengan perubahan iklim dan degradasi lingkungan yang semakin parah, peran environment etic menjadi lebih kritis. Ekonomi kreatif harus memposisikan dirinya sebagai agen perubahan yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mendukung agenda keberlanjutan global. Ini memerlukan pengintegrasian prinsip-prinsip environment etic dalam setiap tahap proses kreatif, mulai dari desain produk

hingga distribusi dan konsumsi. Dengan demikian, ekonomi kreatif dapat menjadi model pembangunan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Di sisi lain, kurangnya kesadaran dan kerangka kerja yang jelas tentang bagaimana menerapkan environment etic di sektor ekonomi kreatif sering kali menjadi kendala utama. Banyak pelaku usaha menghadapi dilema antara mengejar keuntungan finansial dan memenuhi tanggung jawab lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana environment etic dapat diterapkan secara praktis dalam berbagai subsektor ekonomi kreatif. Pendekatan ini tidak hanya akan membantu mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga membuka peluang untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar melalui inovasi berkelanjutan. Penerapan environment etic dalam ekonomi kreatif juga berpotensi memperkuat daya saing produk di pasar global. Konsumen modern semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan dan cenderung memilih produk yang mencerminkan nilai-nilai etis dan ramah lingkungan. Dengan mengadopsi pendekatan ini, pelaku ekonomi kreatif tidak hanya dapat memperluas pasar mereka, tetapi juga membangun reputasi yang kuat sebagai pelopor inovasi yang bertanggung jawab.

Lebih jauh, environment etic dapat menjadi katalisator untuk kolaborasi lintas sektor, di mana pemerintah, akademisi, dan sektor swasta dapat bekerja sama dalam menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif. Hal ini melibatkan pengembangan kebijakan yang mendorong praktik bisnis berkelanjutan, peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan dan pendidikan, serta penyediaan insentif bagi inovasi yang mendukung agenda lingkungan. Dalam konteks ini, buku ini bertujuan untuk menggali konsep environment etic secara lebih mendalam dan mengeksplorasi perannya dalam mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif. Melalui analisis yang komprehensif, pembahasan ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana pelaku ekonomi kreatif dapat menerapkan prinsip-prinsip environment etic dalam praktik sehari-hari mereka. Selain itu, buku ini juga akan menawarkan kerangka kerja praktis yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha untuk mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka.

Pendekatan berbasis environment etic tidak hanya relevan untuk pelaku usaha besar, tetapi juga untuk usaha kecil dan menengah (UKM) yang sering kali menjadi tulang punggung ekonomi kreatif di banyak negara. Dengan

memberikan panduan yang jelas, buku ini diharapkan dapat mendorong UKM untuk menjadi lebih adaptif terhadap tantangan lingkungan sekaligus meningkatkan kapasitas mereka untuk berinovasi. Keberlanjutan ekonomi kreatif hanya dapat dicapai jika pelaku usaha, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya berkomitmen untuk mengadopsi prinsip-prinsip environment etic. Dengan memanfaatkan buku ini sebagai panduan, para pelaku ekonomi kreatif dapat mengambil langkah konkret menuju pembangunan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.

Pada bab ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber pengetahuan, tetapi juga sebagai alat untuk menginspirasi perubahan. Harapannya, pembaca dapat memahami pentingnya environment etic dalam ekonomi kreatif dan merasa termotivasi untuk mengambil peran aktif dalam menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan.

B. KONSEP DASAR ENVIRONMENT ETHICS

Etik itu berasal dari bahasa yunani yaitu “ethos” yang memiliki arti watak, adab, dan cara hidup. Secara etimologi, pengertian kode etik ini telah dibahas dan dikembangkan oleh beberapa tokoh yang mempunyai jalan fikiran yang berbeda-beda. Namun pada dasarnya mempunyai pengetian yang sama. Socrates seorang filosof yang hidup di zaman Romawi, yang dianggap sebagai pencetus pertama dari etika yang mana dia telah menguaraikan etika secara ilmu tersusun. Hingga saat ini perkembangan etika semakin berkembang, hal ini dapat dirasakan dengan adanya fenomena-fenomena yang realita dalam masyarakat (Khadijah, 2022)

Menurut Adi Negoro dalam bukunya Ensiklopedi Umum sebagaimana yang dikutip oleh Sudarno, dkk, mengemukakan: Etika berasal dari kata Eticha yang berarti ilmu kesopanan, ilmu kesusilaan. dan kata Ethica (etika, ethos, adat, budi pekerti, kemanusiaan). Sebagai suatu subyek, etika akan berkaitan dengan konsep yang dimilki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik. Etika akan memberikan semacam batasan maupun standar yang akan mengatur pergaulan manusia di dalam kelompok sosialnya. Dalam pengertiannya yang secara khusus dikaitkan dengan seni pergaulan manusia, etika ini kemudian dirupakan dalam bentuk aturan (code) tertulis

BAB 6 SKILL DAN ATITUDE DEVELOPMENT DALAM PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

Ana Luthfiyah, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan komponen kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berbasis pada ide, inovasi, dan kreativitas. Hal ini disebabkan oleh pengaruh langsung SDM terhadap tingkat produktivitas dan inovasi. Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama karena kemampuannya menciptakan lapangan kerja dan memperkuat daya saing di pasar global. Sebagai bukti, terdapat korelasi positif antara Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif (Rikaltra & Soesilowati, 2023). Data ini menunjukkan bahwa pendidikan dan keterampilan SDM yang lebih baik berkontribusi pada peningkatan pendapatan di sektor ekonomi kreatif.

Pekerjaan di sektor ekonomi kreatif membutuhkan SDM yang memiliki kemampuan teknis serta pola pikir kreatif. Beberapa kebutuhan SDM meliputi kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital, kolaborasi lintas disiplin untuk menghasilkan inovasi, serta keterampilan manajerial untuk menjalankan proyek kreatif. Namun, sektor ini juga menghadapi berbagai tantangan utama, seperti perubahan teknologi yang cepat, kurangnya akses ke pelatihan berbasis kompetensi, dan minimnya pemahaman pasar global. Tantangan-tantangan tersebut menegaskan pentingnya investasi dalam

pengembangan SDM untuk mempertahankan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang terus berubah secara dinamis.

Investasi dalam pengembangan SDM menjadi kebutuhan mutlak untuk mempertahankan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang terus berubah secara dinamis. Dalam konteks ini, pengembangan keterampilan (*skills*) dan sikap (*attitudes*) menjadi elemen penting untuk menjawab tuntutan industri kreatif. Pendekatan holistik dalam pengembangan SDM diperlukan untuk memastikan individu memiliki kompetensi teknis yang relevan sekaligus sikap yang mendukung inovasi dan kolaborasi. Dengan demikian, SDM yang unggul dapat mendorong terciptanya inovasi yang berkelanjutan di sektor ini (Halim et al., 2023).

Ekonomi kreatif ditandai oleh ketergantungan pada kreativitas, inovasi, dan budaya yang secara signifikan mempengaruhi pembangunan ekonomi. Sektor ini berkembang pesat melalui produksi barang dan jasa kreatif dengan memanfaatkan modal intelektual dan manusia untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan teknis dan sikap yang mendukung kolaborasi menjadi prioritas utama dalam membangun SDM yang adaptif terhadap perubahan dan tuntutan pasar global.

Bab ini bertujuan untuk menguraikan pentingnya pengembangan keterampilan dan sikap dalam menciptakan SDM unggul di sektor ekonomi kreatif. Pengembangan SDM yang efektif tidak hanya berfokus pada peningkatan kompetensi teknis, tetapi juga pada pembentukan sikap yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan keberlanjutan. Hal ini menjadi fondasi utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

B. KONSEP PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah elemen kunci yang berperan penting dalam pencapaian tujuan dan keberhasilan operasional suatu kegiatan. SDM dapat didefinisikan sebagai kompetensi dalam diri Individu yang mencakup kekuatan pikiran dan fisik. (Rahardjo, 2022). Menurut Sutianingsih, Individu tersebut mampu melakukan pekerjaan bernilai ekonomi dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat (Sutianingsih et al., 2024) . Selanjutnya menurut Leuwol, SDM merupakan Individu yang memiliki kemauan dan mampu

berkontribusi dalam mencapai tujuan organisasi (Leuwol et al., 2020). Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Sumber daya manusia merupakan elemen penting yang mencakup individu kompeten secara pikiran dan fisik untuk melakukan kegiatan ekonomi dan mampu berkontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.

Fokus utama dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam ekonomi kreatif meliputi beberapa komponen kunci, sebagaimana dijelaskan oleh (Pujiatuti & Chuk's Mayvani, 2024) yaitu:

a. Jumlah tenaga kerja yang tersedia
b. Kualitas individu,
c. Keterampilan khusus yang relevan dengan kebutuhan usaha.

Jumlah tenaga kerja yang tersedia merupakan salah satu komponen penting dalam pengelolaan SDM. Jumlah ini mencerminkan kapasitas tenaga kerja yang dapat digunakan untuk mendukung operasional usaha. Dalam konteks ekonomi kreatif, jumlah tenaga kerja harus disesuaikan dengan kebutuhan sektor industri yang bersifat dinamis. Misalnya, sektor teknologi kreatif mungkin memerlukan lebih banyak tenaga kerja yang fokus pada bidang digital, sedangkan sektor seni rupa lebih membutuhkan tenaga kerja dengan keahlian artistik. Pemenuhan kebutuhan tenaga kerja dalam jumlah yang tepat menjadi dasar agar operasional usaha berjalan lancar dan produktivitas tetap terjaga. Namun, aspek kuantitas ini harus diseimbangkan dengan kualitas SDM agar hasil yang dicapai optimal.

Kualitas individu dalam SDM tidak hanya diukur dari pendidikan formal, tetapi mencakup kreativitas, integritas, dan kemampuan beradaptasi. Individu yang berkualitas mampu menyelesaikan tugas-tugas dengan cara yang lebih efisien dan inovatif. Pendidikan formal menjadi indikator utama karena memengaruhi kemampuan kognitif dan teknis seseorang. Selain itu, melalui pelatihan, pengalaman kerja, dan sertifikasi profesional juga merupakan faktor yang menentukan kualitas individu. Dalam ekonomi kreatif, kualitas individu menjadi sangat penting karena bidang ini menuntut inovasi yang berkelanjutan. SDM yang berkualitas memiliki kapasitas untuk memahami tren pasar, mengembangkan produk baru, dan memberikan solusi kreatif terhadap berbagai tantangan.

Keterampilan khusus menjadi ciri Sumber daya manusia yang kompeten. Dalam ekonomi kreatif, keterampilan ini meliputi keahlian teknis dan non-teknis yang relevan dengan kebutuhan usaha. Keahlian

BAB 7 STRATEGI MEMBANGUN LITERASI EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN

Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Literasi ekonomi dan kewirausahaan memainkan peran yang sangat penting dalam konteks pendidikan dan pembangunan ekonomi. Dalam dunia yang semakin kompleks dan terhubung, pemahaman yang baik tentang konsep-konsep ekonomi dan kemampuan kewirausahaan menjadi esensial untuk membekali individu dengan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan global. Literasi ekonomi memungkinkan individu untuk memahami dan menganalisis informasi keuangan, pasar, dan kebijakan ekonomi, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi maupun profesional.

Kewirausahaan bukan hanya tentang memulai bisnis, tetapi juga mencakup kemampuan untuk berinovasi, menciptakan nilai, dan mengambil risiko yang terukur. Kewirausahaan mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing suatu negara. Dalam pendidikan, pengembangan literasi ekonomi dan kewirausahaan menjadi sangat relevan, terutama dalam mempersiapkan generasi muda untuk berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan ekonomi.

Sebagai bagian dari kurikulum pendidikan, integrasi literasi ekonomi dan kewirausahaan membantu siswa untuk mengembangkan keterampilan kritis, analitis, dan kreatif. Ini tidak hanya memberikan mereka pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis yang diperlukan untuk sukses di dunia kerja

dan dalam kehidupan pribadi mereka. Oleh karena itu, membangun literasi ekonomi dan kewirausahaan di kalangan siswa adalah langkah strategis untuk memastikan bahwa mereka dapat beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan ekonomi yang terus berubah, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

B. LITERASI EKONOMI

1. Konsep Dasar Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Istilah "literasi" berasal dari bahasa Latin yang berarti kemampuan membaca dan menulis (Zuraira & Chaniago, 2024). Literasi ekonomi mencakup lebih dari sekadar membaca dan menulis; ia juga melibatkan kemampuan untuk berpikir kritis dan memahami ide-ide ekonomi yang kompleks (Abidin, 2024). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), literasi didefinisikan sebagai kemampuan membaca dan menulis. Sementara itu, ekonomi sebagai ilmu mempelajari produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta layanan (Harmadi, 2022). Dengan demikian, literasi ekonomi adalah proses yang mengintegrasikan pengetahuan, budaya, dan pengalaman individu untuk memahami dan mengelola sumber daya ekonomi secara efektif.

Literasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan dasar membaca dan menulis, tetapi juga mencakup keterampilan dalam berkomunikasi dan berpikir kritis. Nur Solihat & Arnasik, (2018) menambahkan bahwa literasi juga mencakup kemampuan mendengarkan dan berbicara, yang sangat penting dalam konteks ekonomi. Ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi berperan penting dalam menjembatani individu dengan masyarakat. Ilmu ekonomi sendiri ditandai sebagai studi perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini, individu yang memiliki literasi ekonomi yang baik cenderung lebih efisien dalam mengelola sumber daya yang ada, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan lebih baik.

Secara etimologis, istilah "literasi ekonomi" berasal dari kata "literacy" yang berarti melek dan "economic" yang berarti ekonomi.

Dengan demikian, literasi ekonomi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menangkap informasi yang berkaitan dengan ekonomi. Hal ini pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi Amerika Serikat (NCEE).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk memahami makna dan konsep dalam ilmu ekonomi, serta menerapkannya dalam keputusan sehari-hari. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana individu dapat memenuhi kebutuhan hidup dengan sumber daya yang ada melalui pilihan yang efisien dalam kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi. Dengan demikian, literasi ekonomi tidak hanya penting bagi individu dalam pengambilan keputusan yang rasional, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Memiliki pemahaman yang baik tentang literasi ekonomi memungkinkan individu untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan ekonomi dan mengambil keputusan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial.

2. Teori Perilaku Ekonomi dalam Literasi Ekonomi

Pembelajaran merupakan proses yang berkesinambungan, di mana pengetahuan seseorang berkembang seiring dengan pengalaman dan interaksi, baik melalui membaca, berdiskusi, maupun pengamatan. Remaja, sebagai konsumen yang rasional, seharusnya tidak hanya mengandalkan emosi dalam keputusan pembelian. Mereka harus mempertimbangkan tingkat kepuasan yang akan diperoleh dari barang atau jasa yang dibeli dibandingkan dengan alternatif lainnya. Literasi ekonomi berfungsi sebagai alat penting yang dapat mengubah perilaku konsumsi dari yang tidak cerdas menjadi lebih cerdas. Dengan pemahaman yang baik tentang ekonomi, individu dapat memanfaatkan pendapatan mereka untuk menabung, berinvestasi, serta memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih efektif. Oleh karena itu, literasi ekonomi sangat penting untuk mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Rendahnya tingkat literasi ekonomi dapat menyebabkan sikap konsumtif yang tidak sehat. Penting bagi konsumen untuk memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, kualitas produk, dan pemahaman tentang kebutuhan mendesak (Putri Nugraha et al., 2021). Hal ini memungkinkan mereka untuk lebih selektif dalam

BAB 8 STRATEGI MEMBANGUN KESUKSESAN KEWIRAUSAHAAN SEKTOR EKONOMI KREATIF

Eko Budi Utomo, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

Ekonomi kreatif kini menjadi sektor penting yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global, termasuk di Indonesia. Dengan memadukan kreativitas, inovasi, dan teknologi, sektor ini berhasil menghasilkan nilai tambah yang signifikan, baik melalui produk maupun layanan. Dalam pembangunan ekonomi, sektor ini tidak hanya mendukung peningkatan PDB, tetapi juga membuka banyak peluang kerja, mendorong terciptanya inovasi, dan memperkuat identitas budaya suatu negara.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, peluang di sektor ekonomi kreatif semakin meluas. Platform digital telah menjadi alat yang efektif untuk memperluas pasar, menjangkau konsumen global, dan mempercepat pertumbuhan usaha kreatif. Sektor-sektor utama dalam ekonomi kreatif, seperti seni pertunjukan, desain grafis, kuliner, fashion, hingga aplikasi digital, terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Namun, untuk mencapai keberhasilan dalam kewirausahaan kreatif, dibutuhkan strategi yang tepat mulai dari identifikasi ide bisnis, pengembangan model bisnis inovatif, hingga pemanfaatan teknologi secara optimal.

Berbagai faktor mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, termasuk kebijakan pemerintah yang proaktif, ketersediaan sumber daya manusia yang kreatif, dan akses terhadap pembiayaan yang memadai. Di sisi lain, tantangan seperti persaingan yang ketat, perubahan tren pasar, dan risiko bisnis tetap

menjadi hambatan yang harus diatasi dengan inovasi dan manajemen risiko yang baik. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha kreatif untuk tidak hanya memahami potensi dan peluang di sektor ini, tetapi juga merancang strategi yang efektif guna menghadapi tantangan tersebut.

Tulisan ini bertujuan untuk menyediakan panduan menyeluruh bagi para pelaku usaha di sektor ekonomi kreatif. Dengan membahas peluang bisnis, pengelolaan sumber daya, hingga strategi pengembangan kewiraushaan, kiat-kiat kberhasilan berwirausaha, menghadapi berbagai tantangan, karya ini diharapkan menjadi acuan bagi mereka yang ingin meraih kesuksesan dalam sektor yang terus berkembang ini. Melalui pendekatan yang inovatif dan kolaboratif, para pelaku usaha kreatif tidak hanya dapat mencapai keuntungan finansial, tetapi juga berperan dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

A. PENGERTIAN EKONOMI KREATIF DAN KONTRIBUSINYA DALAM PEREKONOMIAN

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengedepankan kreativitas, inovasi, dan ide-ide segar sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 dan merujuk pada kegiatan ekonomi yang berakar dari ide-ide kreatif, termasuk seni, budaya, teknologi, serta inovasi lainnya. Sektor ini mencakup industri seperti desain, fashion, film, musik, kuliner, seni pertunjukan, hingga pengembangan aplikasi dan game. Intinya, ekonomi kreatif memanfaatkan kekuatan pikiran manusia sebagai sumber daya utama untuk menciptakan produk dan jasa yang unik serta berdaya saing tinggi.

Dalam konteks perekonomian global, ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan karena mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah tinggi dengan penggunaan sumber daya alam yang relatif lebih sedikit. (Manioudis & Angelakis, 2023). menegaskan bahwa sektor ekonomi kreatif memiliki hubungan yang kuat dengan pembangunan berkelanjutan dan pencapaian tujuan ekonomi berkelanjutan. Hal ini menjadikannya salah satu solusi bagi tantangan ekonomi yang seringkali terbatas oleh kelangkaan sumber daya alam. Selain itu, karena berbasis pada ide dan kreativitas, sektor ekonomi ini mampu berkembang pesat di berbagai negara, termasuk negara

berkembang, dengan sedikit hambatan dari segi infrastruktur atau sumber daya fisik.

Di Indonesia, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Pemerintah, melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), telah menargetkan pengembangan sektor ini sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Hasil analisis (Budhi et al, 2020) mengungkapkan bahwa UKM di Provinsi Bali berada dalam tahap pertumbuhan dan pengembangan, sehingga strategi yang diambil adalah strategi intensif atau integrasi. Pengembangan UKM, terutama di era revolusi industri 4.0, perlu difokuskan agar UKM yang dibina mampu menjadi mandiri. Paket kebijakan pengembangan UKM meliputi aspek teknologi, permodalan, pemasaran, serta infrastruktur. Dengan keragaman budaya dan kekayaan seni yang dimiliki, Indonesia memiliki potensi besar dalam memanfaatkan ekonomi kreatif untuk menciptakan produk lokal yang dapat bersaing di pasar internasional. Industri kreatif seperti kuliner, fashion, dan kerajinan tangan, misalnya, telah terbukti menjadi salah satu kontributor terbesar dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

B. SEKTOR-SEKTOR UTAMA DALAM EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif memiliki sejumlah sektor yang menjadi pilar penting dalam pengembangannya. Setiap sektor ini memiliki kontribusi yang signifikan dalam menciptakan produk bernilai tambah tinggi melalui pemanfaatan ide, inovasi, dan kreativitas. Faktor utama yang mendorong keberhasilan ekonomi kreatif adalah adanya ide yang terus berkembang, kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi, serta dukungan infrastruktur yang memadai. Penelitian (Li, 2020) mengungkapkan bahwa teknologi digital telah memudahkan terjadinya perubahan besar dalam model bisnis, serta munculnya beberapa tren penting. Namun, model bisnis yang diubah seringkali tidak benar-benar 'baru' dalam pengertian belum pernah ada sebelumnya. Inovasi dalam model bisnis lebih terlihat pada penggunaan teknologi digital yang memungkinkan penerapan model bisnis yang lebih luas dibandingkan yang sebelumnya tersedia bagi perusahaan. Setiap sektor dalam ekonomi kreatif memiliki karakteristik dan dinamika tersendiri, yang mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Salah satu sektor utama dalam ekonomi kreatif adalah seni rupa. Seni rupa mencakup berbagai kegiatan yang berhubungan dengan seni visual, seperti lukisan, patung, fotografi, dan ilustrasi. Desain merupakan sektor lain yang juga berperan penting dalam ekonomi kreatif. Desain mencakup banyak aspek, termasuk desain grafis, desain produk, dan desain interior. Fashion adalah sektor ekonomi kreatif yang sangat dinamis dan memiliki pengaruh besar dalam perekonomian global. Industri fashion melibatkan berbagai elemen, mulai dari desain pakaian, pembuatan aksesoris, hingga pemasaran.

Kuliner juga merupakan sektor penting dalam ekonomi kreatif yang berkembang pesat. Inovasi dalam industri makanan dan minuman, baik dalam hal rasa, penyajian, maupun branding, telah menciptakan peluang baru di pasar. Film dan animasi adalah sektor yang sangat kuat dalam ekonomi kreatif, dengan kemampuan untuk menyampaikan cerita dan ide secara visual. Industri ini mencakup pembuatan film, serial televisi, video, dan animasi. Musik juga merupakan sektor yang sangat penting dalam ekonomi kreatif. Industri musik mencakup berbagai aktivitas, mulai dari penciptaan lagu, produksi, hingga distribusi. Permainan interaktif (game) merupakan sektor yang terus berkembang dalam ekonomi kreatif, terutama dengan kemajuan teknologi digital. Industri game mencakup pengembangan aplikasi, video game, dan konten interaktif lainnya.

Arsitektur adalah sektor ekonomi kreatif yang tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada fungsi dan keberlanjutan. Dalam dunia modern, arsitektur mencakup desain bangunan yang ramah lingkungan, efisien, dan inovatif. Seni pertunjukan merupakan sektor yang melibatkan berbagai bentuk hiburan, seperti teater, tari, dan musik live. Seni pertunjukan sering kali menjadi daya tarik wisata dan memberikan kontribusi besar terhadap industri pariwisata. Sektor penerbitan dan media juga memiliki peran penting dalam ekonomi kreatif. Penerbitan mencakup produksi buku, majalah, dan konten digital, sementara media mencakup berbagai platform komunikasi seperti radio, televisi, dan media online.

C. PELUANG BISNIS DAN TREN TERBARU DALAM SEKTOR EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif menawarkan peluang bisnis yang sangat luas dan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi serta perubahan

BAB 9 EKOSISTEM EKONOMI KREATIF

Atika Alifia, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif merupakan sektor yang diakui sebagai pendorong perumbuhan ekonomi, inovatif dan kesejahteraan masyarakat (Riswanto et al., 2023). Ekonomi Kreatif telah menjadi sector yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertubuhan ekonomi diberbagai negara. Istilah ekonomi kreatif sendiri merujuk pada aktivitas ekonomi yang memiliki fokus pada penciptaan nilai tambah dengan adanya kreativitas, pengetahuan, dan keterampilan seseorang. Cakupan ekonomi kreatif terdiri dari berbagai sektor seperti, seni, budaya, teknologi, media, dan desain yang memberikan peluang bagi inovasi dan pengembangan (Lak & El, 2025).

Dalam beberapa decade terakhir, Ekonomi kreatif telah mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatknya kesadaran tentang pentingnya kreativitas dalam menciptakan produk dan layanan bernilai tinggi. Sektor ekonomi kreatif tidak hanya memberikan dampak ekonomi langsung tetapi juga memainkan peran penting dalam memperkaya identitas budaya dan social bangsa. Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu. Di Indonesia, sektor ini telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, berkontribusi signifikan terhadap PDB dan lapangan kerja.

Ekosistem ekonomi kreatif sangat penting dalam ekonomi kreatif sehingga ekosistem ekonomi kreatif harus diperkuat (Kemenparekraf, 2023). Ekosistem ekonomi kreatif sendiri terdari dari berbagai komponen yang saling berkaitan dan berinteraksi termasuk pelaku kreatf. Lembaga Pendidikan, pemerintahan, sector swasta, dan masyarakat (Arlita, 2020). Komponen-

komponen tersebut berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi, kolaboras, dan pertumbuhan berkelanjutan. Tanpa adanya keberadaan ekosistem ekonomi yang kuat sulit bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mengoptimalkan potensi diri mereka. Sedangkan pilar utama dari ekonomi kreatif sendiri yaitu kreativitas individu, infastruktur digital, pasar dan distribusi, dan regulasi pemerintah yang mendukung ekonomi kreatif.

Globalisasi juga menjadikan meningkatnya daya saing UMKM melalui inovasi produk, branding, dan strategi pemasaran (Hidayat & Kholik, 2024). Sehingga globalisasi menjadi alat ekonomi kreatif yang strategis untuk meningkatkan daya saing negara. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan platfrom global produk dan layanan kreatif kini dapat menjakau pasar internasional dengan lebih mudah. Hal tersebut tentunya memberikan peluang besar bagi negara-negara berkembang untuk memasuki pasar global dengan produk-produk kreatif mereka.

Namun, tantangan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif juga tidak dapat diabaikan. Masalah seperti akses pembiayaan, infrastruktur yang kurang memadai, dan persaingan global menjadi hambatan yang harus diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif agar dapat berfungsi secara optimal dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

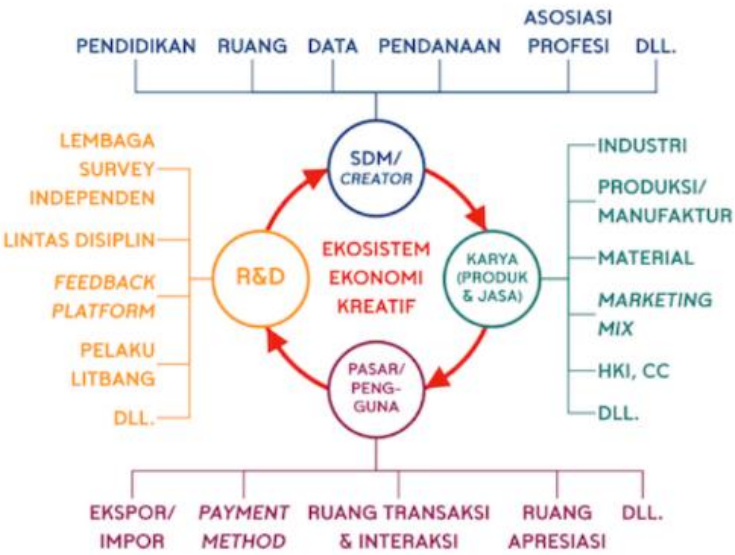
Bab ini bertujuan untuk mengkaji konsep dan komponen ekosistem ekonomi kreatif, serta peran dan tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai ekosistem ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

B. PENGERTIAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF

Ekosistem ekonomi kreatif merupakan sector ekonomi yang berbasis pada kreativitas, inovasi dan kekayaan intelektual. Konsep ekonomi kreatif sendiri menjelaskan elemen saling berinteraksi untuk menciptakan nilai ekonomi dari kreativitas. Teori yang mendasari ekosistem ekonomi kreatif yaitu tripel helix yang menekankan kolaborasi antara tiga aktor utama yaitu pemerintah, akademisi dan industry untuk mendorong inovasi (Leydesdorff & Loet, 2013).

Four pillars of creative economy pilar-pilar ekonomi kreatif meliputi kreativitas, budaya, teknologi, dan ekonomi (Howkins, 2001). Ekosistem ekonomi keatif merupakan lingkungan yang terdiri dari berbagai elemen yang saling berinteraksi untuk mendukung pertumbuhan dan berkelanjutan sector ekonomi kreatif.

Ekosistem ekonomi kreatif sendiri terdiri dari sumber daya manusia (SDM) yang menjadi kreaor dalam ekonomi kreatif yang tentunya memiliki Pendidikan untuk menciptakan inovasi, ruang, data, pendanaan, asosiasi profesi dan lain sebagainya, setelah itu creator akan menciptakan suatu karya atau produk baik barang ataupun jasa seperti industry, produksi atau manufaktur, material, marketing mix, HKI, kontan creator dan lain sebagainya. Setelah tercipta suatu prosuk tentunya harus ada pasar atau pengguna produk tersebut seperti ekspor impor, payment method, ruang transaksi dan interaksi, ruang apresiasi dan lain-lain, setelah itu tahap terahir R&D melalui Lembaga survey Independen, lintas disiplin, feedback platform, pelaku Litbang dan lain sebagainya.



Gambar 9.1. Alur Ekosistem Ekonomi Kreatif
(Sumber: ICCN, 2024)

BAB 10 TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI DALAM EKONOMI KREATIF

Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin pesat, teknologi dan digitalisasi telah menjadi pendorong utama dalam transformasi berbagai sektor, termasuk ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif, yang berfokus pada penciptaan nilai melalui kreativitas, inovasi, dan pengetahuan, telah muncul sebagai salah satu sektor yang paling dinamis dan menjanjikan dalam perekonomian modern. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, pelaku ekonomi kreatif dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi produksi, serta menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif. Namun, meskipun potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi, banyak pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan perubahan yang cepat ini. Hambatan seperti kurangnya pelatihan, akses terhadap perangkat yang terjangkau, dan infrastruktur yang memadai dapat menghalangi mereka untuk bersaing dan berinovasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, serta bagaimana kebijakan dan regulasi dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku ekonomi kreatif. Dalam konteks ini, e-commerce muncul sebagai salah satu solusi yang dapat menggerakkan ekonomi kreatif. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku ekonomi kreatif dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Namun, ketergantungan pada platform

digital juga membawa risiko, seperti perubahan algoritma yang dapat memengaruhi visibilitas karya mereka. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan digital secara berkelanjutan menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan karir di dunia digital. Melalui kajian ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai peran teknologi dan digitalisasi dalam ekonomi kreatif, tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi yang ada. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ini, diharapkan pelaku ekonomi kreatif dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital.

B. PENGANTAR TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI DALAM EKONOMI KREATIF

Era globalisasi membuat seseorang ingin secara terus menerus ingin meningkatkan kesejahteraanya dengan mengusung jenis ekonomi kreatif. Dengan munculnya era ekonomi baru maka muncullah gagasan ekonomi yang baru dengan mengutamakan kreativitas dan informasi. Dalam ekonomi kreatif selain kreativitas diperlukan juga ide dan pengetahuan untuk menyokong perkembangan ekonomi kreatif. Menurut Adinugraha et al., (2022) Proses ekonomi yang termasuk didalamnya terdapat kegiatan produksi barang serta jasa yang membutuhkan ide dan gagasan kkreatif dan dibutuhkan kemampuan intelektual dalam membangunnya dinamakan ekonomi kreatif. Pada awal abad 21 ekonomi kreatif tumbuh dan dikenal dengan aliran ekonomi baru yang mengutamakan nilai intelektual, menambah kesempatan kerja, dan menyejahterakan masyarakat (Adinugraha et al., 2022).

Menurut Alvin Toffler (1980) menyatakan dalam teorinya bahwasannya dalam peradaban ekonomi terdapat tiga gelombang. Gelombang pertama merupakan pertanian, gelombang kedua ekonomi industri, dan gelombang ketiga adalah ekonomi informasi. Toffler juga mengungkapkan bahwa akan terdapat gelombang yang keempat, yaitu ekonomi kreatif. Hal terbesar yang dibutuhkan dalam ekonomi kreatif adalah kreatifitas. Dikarenakan saat ini industri kreatif merupakan pusat dari bidang ekonomi kreatif yang dilakukan oleh kreator dan inovator.

Saat ini di era modern yang menjadi pemegang kunci dalam mendongkrak pertumbuhan ekonomi di era modern yaitu adanya inovasi dan kreativitas.

Peran keduanya dapat menciptakan nilai baru dari adanya pengembangan produk, layanan dan proses yang lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Menurut Riswanto et al., (2023) kreativitas dalam konteks ekonomi kreatif untuk menciptakan konten, produk, layanan unik perlu melibatkan proses kreatif. Inovasi dengan penggunaan teknologi baru untuk menciptakan produk yang kreatif dan konten yang baru. Jika negara dan perusahaan yang mampu berinovasi akan memiliki keunggulan komparatif yang signifikan terutama di ekonomi global saat ini. Sehingga dengan adanya inovasi dapat mendorong kemajuan teknologi memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan produktivitas, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Tidak lepas dari itu kreativitas dapat menghasilkan ide-ide segar dan kekinian yang mampu membuka peluang baru dalam berbagai sektor, mulai dari industri kreatif hingga teknologi berbasis solusi. Keduanya inovasi dan kreativitas juga mampu mendorong keberlanjutan ekonomi dengan menciptakan solusi terhadap tantangan global, seperti perubahan iklim dan ketahanan energi. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, suatu negara atau perusahaan tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang pesat di tengah perubahan dunia yang dinamis. Oleh karena itu, investasi dalam pendidikan, penelitian, dan kebijakan yang mendukung lingkungan inovatif menjadi sangat penting. Inovasi dan kreativitas tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membangun fondasi untuk masyarakat yang lebih maju dan berkelanjutan.

Teknologi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia dan menjadi pemeran utama pada berbagai bidang, termasuk pada aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan distribusi. Penggunaan teknologi yang tepat dapat menunjang dan mengungkap banyak potensi yang dimiliki oleh individu dan dapat juga menggali potensi sebuah wilayah. Tetapi apabila teknologi tidak dimanfaatkan dengan bijaksana dapat merugikan dan mengancam. Maka dari itu perlunya penggunaan dan pemanfaatan teknologi dengan tepat. Hadirnya teknologi juga dapat memberikan kerugian kepada para pedagang yang masih berjualan secara tradisional, seperti pedagang pakaian. Dalam hal ini keberadaan teknologi dianggap mengancam karena banyaknya penawaran akan produk yang sama tetapi dengan harga yang lebih murah, hal ini membuat para pedagang merasa dirugikan. Mengenai hal tersebut perlunya pemanfaatan teknologi agar dapat memperkenalkan produk

BAB 11 EKONOMI KREATIF BERKELANJUTAN

Ayu Fitria Ismawati, S.Pd.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang perekonomian yang dapat menjadi tuluang punggung dalam perekonomian. Selain meningkatkan nilai tambah, pelaku usaha dalam ekonomi kreatif mampu memasarkan produk berdaya saing dan dalam lingkup secara global (Prajanti et al., 2021). Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif membagi 17 sub sektor pada industri kreatif yaitu game, musik, arsitektur, fashion, desain komunikasi visual, kriya, kuliner, desain interior, desain produk, fotografi, periklanan, penerbitan, seni pertunjukan, seni rupa, pertunjukan dan radio. Di era sekarang penggunaan teknologi yang semakin masif dalam berbagai sektor bidang tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Industri perdagangan, perhotelan, transportasi, jasa juga semakin berinovasi melalui integrasi teknologi dalam pemasarannya.

Untuk meningkatkan strategi pengembangan ekonomi kreatif maka salah perlu mengidentifikasi potensi serta permasalahan yang dihadapi sehingga dapat menjadi peluang ekonomi kreatif di masa depan. Pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan menjadi hal yang penting dalam mendukung perekonomian baik daerah maupun pusat untuk kedepannya. Pemerintah sebagai lembaga yang berwenang menciptakan lingkungan industri kondusif dapat membuat kebijakan yang berpihak kepada pelaku ekonomi. Dengan kebijakan yang tepat pemerintah dapat mendorong kualitas sumber daya manusia yang digunakan, dan menggunakan sumber daya tersedia secara bijak dan efektif.

Kebijakan dalam mendukung ekonomi kreatif dapat berupa pemberian keterampilan, insentif keuangan, maupun memberikan layanan pembangunan infrastruktur yang dapat mendukung perkembangan industri kreatif. Inisiatif dalam merancang program untuk mendorong perkembangan industri kreatif dapat memaksimalkan potensi industri kreatif itu sendiri di Indonesia. Program yang dapat diinisiasi berupa memberikan fasilitas co-working space, hibah, serta memberikan bantuan pemberian izin untuk memasarkan produk hingga skala internasional.

B. EDUKASI INDUSTRI RUMAHAN

1. Pengertian Industri Rumahan / *Home Industry*

   Home industri atau industri rumahan adalah industri yang biasanya dikelola oleh keluarga dan memiliki karyawan yang relatif dekat dengan rumah tersebut dan berlokasi di kediaman pemilik dari keluarga tersebut serta memiliki hubungan yang akrab dan erat. Pengertian lain menyatakan bahwa industri rumahan merupakan usaha pribadi yang menghasilkan barang dan dilakukan dirumah (Fawaid & Fatmala, 2020). *Home industry* adalah merupakan usaha sektor informal yang dijalankan orang-orang dengan kemampuan kreativitasnya dalam menghasilkan barang serta dilakukan di rumah (Yuniarsih & Risdayah, 2023). Maka dapat disimpulkan bahwa industri rumahan adalah usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat produksi serta dijalankan oleh individu, maupun kelompok.

   Industri rumahan merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perekonomian nasional, keberadaannya menjadi penopang kegiatan produktif di lingkungan sekitar. Memberikan pendidikan, pelatihan kepada para pelaku industri rumahan menjadikan peluang tersendiri agar industri tersebut dapat berkembang, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas produk, serta membangun jejaring dengan dunia lebih luas. Pada hakikatnya pemberdayaan masyarakat melalui industri rumahan menjadi motor untuk mengurangi kemiskinan serta meningkatkan perekonomian masyarakat pada khususnya.

   Keberadaan industri rumahan di masyarakat mampu menciptakan lapangan kerja, menyerap tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan jumlah produktivitas dari segi ekonomi. Namun untuk meningkatkan

kuantitas dan kualitas pada industri rumahan ini perlu dilakukan pengembangan dari berbagi sisi sehingga dapat menjadikan usaha lebih baik serta tenaga kerja yang terserap juga banyak.

2. Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha *Home Industri*
   a. Pemasaran

      Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam membangun usaha adalah dengan melakukan pemasaran secara efektif. Di era penggunaan teknologi semakin masif pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi hal ini akan memberikan efisiensi serta efektivitas dalam menjangkau konsumen. Penggunaan digital marketing seperti facebook, whatshapp, instagram, platform pesan antar, serta platform lainnya mempengaruhi pendapatan yang signifikan dalam usaha (Ma'ruf, 2023).

   b. Peningkatan kualitas sumber daya manusia

      Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu melalui pendidikan. Pendidikan ditempuh tidak hanya melalui sekolah formal saja melainkan juga pendidikan non formal. Rata-rata tenaga kerja dari industri rumahan adalah usia dewasa maka strategi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan non formal. Peningkatan kualitas sumber daya manusia juga dapat dilakukan melalui training sesuai kebutuhan tenaga kerja secara berkesinambungan.

3. Peran Home Industri dalam Pemberdayaan Ekonomi

   Home industry memiliki peran dalam memberdayakan ekonomi masyarakat, seperti memenuhi kebutuhan sehari-hari sandang, pangan, kesehatan, maupun menjalin relasi sosial antar sesame, meningkatkan keterampilan, menjadi mata pencaharian untuk meningkatkan perekonomian keluarga, menciptakan lapangan kerja, serta mengurangi pengangguran di lingkungan sekitar (Putra Nayotama & Mutaqi, 2023). Selain itu untuk melihat beberapa indikator keberhasilan *home industry* dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat diantaranya mampu membeli komoditas kecil dan besar, terlibat dalam keputusan rumah tangga, bebas melakukan mobilitas, bentuk pemberdayaan kepada masyarakat secara ekonomi melalui subsidi, bantuan modal, bantuan sarana prasarana untuk usaha dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Y. (2024). Edukasi literasi, bahasa, dan sastra untuk masa depan (Issue October). https://doi.org/10.5281/zenodo.13853655

Adi, K. R., & Idris, I. (2021). Peran lingkungan keluarga dalam mengembangkan wirausaha muda. Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS, 6(1), 1–8.

Adinugraha, H. (2022). EKONOMI KREATIF: KONSEP, PELUANG DAN STRATEGI PENGEMBANGAN.

Adinugraha, H. H., Marotina, R. N., Jannah, N. K., Rohmah, Hidayah, N., Happy, F., Muhammad, A., Asrofi, Adlha, Z., Habibi, A., & Chalimi, M. A. (2022). Ekonomi Kreatif: Konsep, Peluang, dan Strategi Pengembangan (A. Muhtarom (ed.)). SCIENTIST PUBLISHING IAIN PEKALONGAN.

Adinugraha, H. H., R.Nia Marotina, Nur Khodirotul Jannah, Rohmah, Nur Hidayah, Happy, F., Muhammad Adib, Asrofi, Adlha, Z., Habibi, A., & Chalimi Agus. (2022). EKONOMI KREATIF: Konsep, Peluang, dan Strategi Pengembangan. SCIENTIST PUBLISHING.

Afdhal Chatra, M. P., Elisha Sunijati, Me., Budi Harto, M., Yoseb Boari, M., Putra Astaman, Ms., Ir Muh Dassir, C., & Aulia Nurul Hikmah, Ms. (2023). Ekonomi Kreatif (Inovasi, Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Inodonesia. www.buku.sonpedia.com

Agustina, T. S. (2015). Kewirausahaan (Teori dan Penerapan Pada Wirausaha dan UKM di Indonesia. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. Sebatik, 25(1), 234–240. https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293

Akmal, A., & Juliana, N. (2023). Pengaruh Kompetensi Guru terhadap Pengetahuan Siswa dan Minat Menabung Siswa di Bank Mini Sekolah. Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan, 11(2), 353–360. https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i2.724

Alawiyah, S. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Wirausaha Muda. Karimah Tauhid, 2(3), 754–759.

Allen, J., Stevenson, R., & Wang, T. (2021). Creative and resourceful: How human, social, and psychological resources affect creative workers' ability to rebound after failure. Small Business Economics, 57(2), 705–719. https://doi.org/10.1007/s11187-020-00422-z

Alvin, T. (1980). THE THIRD WAVE. In Bantam Book. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Amelya Romawati, & Fauzatul Laily Nisa. (2024). Peran Pendidikan dan Pelatihan Dalam Membangun Kapasitas Pelaku Industri Kreatif di Indonesia. Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia (JIBI), 1(4), 209–215. https://doi.org/10.61896/jibi.v1i4.56

Aminah, S., & Saksono, H. (2021). Digital transformation of the government: A case study in Indonesia. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 37(2), 272–288. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-17

Amornkitvikai, Y., Tham, S. Y., Harvie, C., & Buachoom, W. W. (2022). Barriers and Factors Affecting the E-Commerce Sustainability of Thai Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises (MSMEs). Sustainability (Switzerland), 14(14), 1–28. https://doi.org/10.3390/su14148476

Anggraini, S., Sinaga, E., Loso, S., Heirina, A., & Vajri, I. Y. (2024). Z-FARM WISDOM: Menyatukan Tradisi dan Inovasi Pertanian Ramah Lingkungan untuk Generasi Z. Insight Mediatama.

Angguna, W. M., Nurcahaya, C., Farid, R. F., Sriwijaya, P. N., Selatan, S., Indonesia, U. P., Padang, Y., Barat, S., Islam, U., & Imam, N. (2023). Peran Keluarga, Pendidikan, Perilaku Wirausaha Dan Trait Kepribadian Terhadap Karakter Kewirausahaan Lulusan Perguruan Tinggi Welan. Journal of Economic, 1(2), 215–222.

Anzani, N., & Fitriani, A. (2024). INOVASI DALAM BELAJAR: MENGINSPIRASI KREATIVITAS MELALUI DISCOVERY LEARNING. Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora, 3(2), 1480–1487.

Aprilia, R. M., Srigustini, A., & Kurniawan. (2024). Literasi ekonomi dan kegiatan p5 kewirausahaan sebagai faktor pendorong minat berwirausaha peserta didik. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 2(11), 115–125.

Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis, 1.

Arlita Aristianingsih Jufra. (2020). STUDI PEMULIHAN DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SUB-SEKTOR KULINER PASCA PANDEMI (COVID-19) DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI SULAWESI TENGGARA. 9(June), 116–131.

Aryanti, F. P., Nurhalizah, F., & Jannah, H. (2022). Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja di dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang). 6(September), 699–709. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.566

Asmini, Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rachman, R. (2024). Peran Entrepreneur dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Indonesia. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 4(1), 12–24. https://www.journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/1625

Asri, K. H. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0. Alif, 1(1), 17–26. https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710

Atmadja, A. T. , S. K. A. K. , T. G. M. , P. S. (2021). Influence of Human Resources. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(2), 563–570. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0563

Audretsch, D. B. , & B. M. (2021). Towards an entrepreneurial ecosystem typology for regional economic development: the role of creative class and entrepreneurship. Regional Studies, 55(4), 735–756. https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1854711

Aysa, I. (2020). Creative Economy Development Strategy in the Digital Age; A Case Study at Zydnaa Edukasi Jombang. 2(2), 121–138.

Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. Jurnal Studi Kebijakan Publik, 2(1), 27–40. https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40

Barata, A. (2019). Strengthening National Economic Growth And Equitable Income Through Sharia Digital Economy In Indonesia. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 5(1), 145–168. https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1053

Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. The Journal of Early Adolescence, 11(1), 56–95.

Bourdieu, P. (1986). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Green Wood.

Bronfenbrenner, U. (1979). The ecology of human development: Experiments by nature and design Harvard University Press.[Google Scholar].

Budhi, M. K. S. , L. N. P. N. E. , S. N. N. R. , & W. P. Y. (2020). Strategies and policies for developing SMEs based on creative economy . Management Science Letters , 10(10), 2301–2310.

Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2017). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi. Zahir Publishing.

Callicott, J. B. (1994). Earth's Insights: A Multicultural Survey of Ecological Ethics from the Mediterranean Basin to the Australian Outback. University of California Press.

Chang, Y. Y. , & C. M. H. (2020). Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword? European Management Journal, 38(5), 750–762. https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.004

Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship. Pendidikan Kewirausahaan, 9, nomor 2(volume 9, nomor 2, agustus 2016), 1–53. http://www.smkalhadi.sch.id/pdfupload/MODUL KEWIRAUSAHAAN.pdf

Devall, B., & Sessions, G. (1985). Deep Ecology: Living as if Nature Mattered. Peregrine Smith Books.

Devereaux, A., Koppl, R., & Kauffman, S. (2024). Creative evolution in economics. Journal of Evolutionary Economics, 34(2), 489–514. https://doi.org/10.1007/s00191-024-00855-9

Dispar Ciamis Kab. (2023). Ini 17 Subsektor Ekonomi Kreatif, Sudah Tahu ? Disparciamis.Go.Id. https://dispar.ciamiskab.go.id/2023/03/02/ini-17-subsektor-ekonomi-kreatif-sudah-tahu/

Du, F., & Hou, C. (2023). Vocational Education Agglomeration Promoting Innovation and Entrepreneurship Based on Spatial Dubin Model. Applied Mathematics and Nonlinear Sciences, 8(2), 2645–2654. https://doi.org/10.2478/amns.2023.1.00445

Duca, S. (2023). The resource of creativity and creative human Capital for the Management of Knowledge Economy:Implications for the Republic of Moldova. E3S Web of Conferences, 409, 1–7. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340905015

Dyer Jr, W. G., & Handler, W. (1994). Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. Entrepreneurship Theory and Practice, 19(1), 71–83.

Ebenreck, S. (1989). In Defense of the Land Ethic: Essays in Environmental Philosophy . By J. Baird Callicott. Dalam Environmental Review (Vol. 13, Nomor 1). SUNY Press. https://doi.org/10.2307/3984538

Ekonomi, J., Indonesia, K., Nizham, M., Handrawan, R., & Nisa, F. L. (2024). Yang Beragam Di Indonesia. 2(3), 157–169.

Elsap, P. P. I., Arif, M., & Alam, S. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Toraja Utara. SEIKO : Journal of Management & Business, 7(1), 1472–1484. https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6819

Fadillah, S., Marpaung, Zulkaidah Siregar, H., Abdillah, F., Fadilla, H., Arif, M., & Manurung, P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(3), 6111–6122. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2827

Faujiah, & Marzuki. (2021). Nature-Based Learning Models for Ecological Citizenship Formation in Schools. Humaniora, 12(1), 69–74.

Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan, 14(1), 109. https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342

Fei, Zhu. , J. Wan. , X. Zhu. , M. Yue. (2024). Human resource flexibility and employee creativity: the roles of perceived HR strength, career satisfaction, and employer brand. . Asia Pacific Journal of Human Resources, , 3(62).

Ferdian, P. N., Ellyawati, N., & Riyadi, R. (2022). Literasi Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Educational Studies: Conference Series, 2(1), 40–45. https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1188

Ferreira, C., Robertson, J., & Pitt, L. (2023). Business (un)usual: Critical skills for the next normal. Thunderbird International Business Review, 65(1), 39–47. https://doi.org/10.1002/tie.22276

Firdausi, A. R., Vynatria, A. D., Husna, S. L., Alfareza, M., & Hidayah, A. A. (2024). EKONOMI KREATIF SEBAGAI LOKOMOTIF BARU PEREKONOMIAN INDONESIA MENUJU INDONESIA YANG MAJU.

Fitria, U., & Yanto, B. E. (2022). Urgensi Modal Sosial Dalam Pembentukan Karakter Wirausaha. Penerbit K-Media.

Frederick, H., O'connor, A., & Kuratko, D. F. (2016). Entrepreneurship: Theory, process, and practice. Cengage Learning.

Grim, J. A. (2001). Ecology and Religion: Toward a New Religious Environmentalism (1 ed.).

Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy, 1(2), 82–110. https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778

Hakim, A. L., Puspitasari, R., Sianturi, M. K., Tuasikal, H., Busnawir, Sumiyati, S., Sudarso, Y., Triansyah, F. A., Murniati, Kurdi, M. S., Kurdi, M. S., Khosihan, A., & Wachyudi, K. (2023). KETERAMPILAN PEMBELAJARAN ABAD 21: Menuju SDM Unggul dan Tangguh . Penerbit Adab.

Halim, F., Chusnu Syarifa Diah Kusuma, R., Praja Anggriany Panggabean, E., & Sudirman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, A. (2023). Analysis of Improving Business Performance in the Creative Industry Through Management of Human Capital, Social Capital, and Innovation Capability in the Era of Society 5.0. FIRM Journal of Management Studies, 8(2). https://doi.org/10.33021/firm.v8i2.4643

Hallman, D. G. (1994). Ecotheology: Voices from South and North (13 ed.). World Council of Churches Publications.

Hamdan. (2024). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan Berdasarkan Kearifan Lokal Untuk Membentuk Daya Saing Mahasiswa Milenial. PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi, 12(1), 1–23.

Hanisah, N., Ramadi, B., Islam, U., Sumatera, N., & Sosial, M. (2023). Regulasi Industri Dalam Era Globalisasi: Peran Hukum Dalam Mewujudkan Ekonomi Yang Berkelanjutan Dan Adil. Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan, 2(2), 1–16. https://ejournal.warunayama.org/index.php/causa/article/view/1804%0Ahttps://ejournal.warunayama.org/index.php/causa/article/download/1804/1675

Hardi Utomo. (2010). Kontribusi Soft Skill Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Among Makarti, 3(5), 95–104. http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/20/18

Harel, R. , S. D. , K. D. (2020). Funding Access and Innovation in Small Businesses. Journal of Risk and Financial Management, 13(9). https://doi.org/10.3390/jrfm13090209

Hariani, D. (2022). Analisis Model Tripel Helix Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Mojokerto). Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP), 6(1), 2598–9944. https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2759/http

Harmadi, S. H. B. (2022). Konsep Dasar Ilmu Ekonomi. JAST : Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi, 4(1), 1–31. http://repository.ut.ac.id/id/eprint/3910%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10508%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/10508/8430%0Ahttps://repository.uin-suska.ac.id/6723/4/BAB III.pdf

Harte, D., Long, P., & Naudin, A. (2019). Manuscript Type: Special Issue: Teaching the Cultural and Creative Industries: an International

Perspective. Arts and Humanities in Higher Education. https://mc.manuscriptcentral.com/ahhe

Hasan, H. A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik Dan Implikasi Dalam Memandirikan Generasi Muda. JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Volume 11(1), 99–111.

Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan, 1(1), 81. https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063

Hasan, M., -Nasution, Mp., Sofyan, Mp., -Dr Feliks Arfid Guampe, M., Nur Rahmah, Ms., -Dr Andi Yusniar Mendo, Mp., Elpisah, M., -Prof Zulkifli Musthan, Mp., Raya Sulistyowati SPd MPd -DrCitra Ayni Kamaruddin, Mp., Ratnah, Ms. S., -Dr Septi Budi Sartika, Mp., Suarlin, Mp., -Dr Sri Astuty, Ms. S., Uswatun Khasanah, Ms., Tuti Supatminingsih, C., -Prof Thamrin Tahir, Ms. H., Dra Sitti Hajerah Hasyim, Ms., -Dr Muh Ihsan Said Ahmad, Ms., Andi Asti Handayani, Ms. S., & -Atirah, Ma. (2023). PENDIDIKAN DAN SUMBER DAYA MANUSIA: MENGGAGAS PERAN PENDIDIKAN DALAM MEMBENTUK MODAL MANUSIA. TAHTA MEDIA GROUP.

Henrekson, M., Kärnä, A., & Sanandaji, T. (2022). Schumpeterian entrepreneurship: coveted by policymakers but impervious to top-down policymaking. Journal of Evolutionary Economics, 32(3), 867–890. https://doi.org/10.1007/s00191-022-00761-y

Hidayat, W., & Kholik, N. (2024). Implikasi Hukum atas Perubahan Bisnis UMKM : Strategi Adaptasi Era Digital dan E-commerce di Indonesia. 1(1), 70–84. https://doi.org/10.38043/jah.v7i1.5052

Hisrich, R. (2025). Entrepreneurship.

Howkins, J. (2001). The Creative Economy How People Make Money From Ideas.

Hudha, A. M., & Rahardjanto, A. (2018). Etika Lingkungan (Teori dan praktik pembelajarannya). UMMPress.

Jalinus, N., Sukardi, S., Wulansari, R. E., Heong, Y. M., & Kiong, T. T. (2023). Teaching activities for supporting students' 4cs skills development in vocational education. Journal of Engineering Researcher and Lecturer, 2(2), 70–79. https://doi.org/10.58712/jerel.v2i2.95

Jatmiko, B. , H. S. D. , Udin. , S. E. , K. R. , L. T. , & R. R. (2022). Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method. International Journal of Sustainable Development and Planning, 17(6), 1895–1904. https://doi.org/10.18280/ijsdp.170624

Jie, Huang. , Y. Li. , C. Tang. (2024). Developmental human resource and exploitative leadership interact to influence Employees' creative idea championing and application. . Human Resource Development Quarterly.

Jones, C., & Sapsed, J. (2014). Creative Industries: A Typology of Change. https://www.researchgate.net/publication/266968131

Jumawan, Wijayanti Ika, Maharani Fasya Annisa, Devilia Nazwa Dea, & Fauziyyah Salma. (2024). Pengaruh E-Commerce Dan Perkembangan Bisnis Generasi Milenial Pada Era Digital. Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 2(5), 563–570.

Kardimin, A. (2011). Menumbuhkan jiwa wirausaha.

Khadijah, I. (2022). Definisi Etika dan Profesi Guru. Universitas Lambung Mangkurat.

Khair, N. F., Farid, R. F., & Anggun, W. M. (2021). Hubungan Pola Asuh Dengan Karakter Berwirausaha Pada Lulusan Perguruan Tinggi Di Indonesia. Psyche 165 Journal, 192–200.

Koch, F. , H. M. , K. E. D. , & K. A. (2023). Innovation in the creative industries: Linking the founder's creative and business orientation to innovation outcomes. Creativity and Innovation Management, 32(2), 281–297. https://doi.org/10.1111/caim.12554

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.

Kurniasih, E., & Pusparini, R. (2019). Implementing "4C's" in Teaching Writing in Senior High School.

Kusuma Ningsih, R., Pardiman, P., & Harijanto, D. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Industri Kreatif Pada Siswa Lulusan SMK di Kota Batu. Jurnal SOLMA, 13(1), 168–177. https://doi.org/10.22236/solma.v13i1.14130

Lak, L., & El, N. (2025). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. 4(2), 268–280.

Langley, L. (2015). Book Review of Duckworth, V. and Ade-Ojo, G. (eds). 2015. Landscapes of specific literacies in contemporary society: exploring a social model of literacy. Abingdon: Routledge. Journal of Information Literacy, 9(1), 118–119. https://doi.org/10.11645/9.1.1998

Laporan Tahunan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, (2018).

Lasaiba, I. (2023). Menggugah Kesadaran Ekologis: Pendekatan Biologi untuk Pendidikan Berkelanjutan. Jendela Pengetahuan, 2(16), 143–163.

Lase, D., Waruwu, E., Zebua, H. P., & Ndraha, A. B. (2024). Peran inovasi dalam pembangunan ekonomi dan pendidikan menuju visi Indonesia Maju 2045. Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 114–129. https://doi.org/10.62138/tuhenori.v2i2.18innovative.org/index.php/Innovative/ article/view/2827

Lazzaro, E. (2021). Linking the creative economy with universities' entrepreneurship: A spillover approach. Sustainability (Switzerland), 13(3), 1–12. https://doi.org/10.3390/su13031078

Leopold, A. (1949). A Sand County Almanac. Oxford University Press.

Lerro, A. ,Schiuma, G. , & M. F. (2022). Editorial: Entrepreneurial development and digital transformation in creative and cultural industries: trends, opportunities and challenges. In International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research (Vol. 28, Issue 8, pp. 1929–1939). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2022-008

Leuwol, N. V., Wula, P., Marzuki, B. P. I., Brata, D. P. N., Masrul, Moh. Y. E., Sahri, Ahdiyat, M., Sari, I. N., Gusty, S., Nugraha, N. A., Bungin, E. R., Purba, B., & Anwar, A. F. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia Perguruan Tinggi: Sebuah Konsep, Fakta dan Gagasan (Janner Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.

Leydesdorff, & Loet. (2013). Triple Helix Of University-Industry-Government relations.

Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. Technovation, 92–93. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004

Lidiya Rima Ranti, Fadillah Ramadhani .A, Rianti Simarmata, & Yisawinur Barella. (2024). Karakteristik Kewirausahaan. Guruku: Jurnal

Pendidikan Dan Sosial Humaniora, 2(2), 248–256. https://doi.org/10.59061/guruku.v2i2.665

Lucya, C., & Anis, A. (2019). Pengaruh Teknologi Dan Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan, 1(2), 509. https://doi.org/10.24036/jkep.v1i2.6261

Lukman, L., Sudradjat, A., & Sinambela, T. (2023). Pemanfaatan Digitalisasi Pada Industri Kreatif Sektor Kuliner Pasca Pandemi Covid-19. Seminar Nasional Univeristas Borobudur, 2(1), 273–288.https://prosiding.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/70%0A https://prosiding.borobudur.ac.id/ index.php/1/article/download/70/63

Ma'ruf, M. (2023). Penerapan Marketing Management Dengan Metode Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Home Industry:(Studi Kasus Agung Dimsum Medan Tembung). Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen, 2(4), 208–225. https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/2753%0Ahttps://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/download/2753/2603

Mahadewi, K. J., & Kreatif, I. (2024). Peran kadin dalam meningkatkan daya saing industri kreatif lokal provinsi bali. 5(4), 7798–7804.

Manioudis, M. , & A. A. (2023). Creative Economy and Sustainable Regional Growth: Lessons from the Implementation of Entrepreneurial Discovery Process at the Regional Level. Sustainability (Switzerland), 15(9). https://doi.org/10.3390/su15097681

Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan KompetitifDan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management), 1(4), 371–386.

Marlinah, L. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. XVII(2).

Marselina, R. D., Hardiyanti, A., Yumni, M. D., & Nurwahyudi, I. (2024). Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis dan Inovasi Produk pada Meliora ID. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(1), 7050–7058.

Marsh, G. P. (1864). Man and Nature; or, Physical Geography as Modified by Human Action (D. Lowenthal, Ed.). Scribner.

Masruroh, N. (2023). GLOBAL EDUCATION Peran Pemerintah dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Pendidikan Ekonomi Kreatif. 1(2), 73–85.

Matthew, O. A., & Ede, E. O. (2010). Integration of new technological innovations in automobiles into the curriculum for Nigerian technical college programmes. International Journal of Vocational and Technical Education, 2 (5)(September), 89–94. http://www.academicjournals.org/article/article1379337413_Odigiri and Ede.pdf

Maulana Dongoran, I., Nisa Azhar, I., Bisnis dan Pendidikan Terapan, F., & Aufa Royhan, U. (2021). PELUANG SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN PADA INDUSTRI EKONOMI KREATIF.

Mere, K., Hery Santoso, M., Utami Rahmawati, H., & Ade Kurnia Harahap, M. (2023). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENGGERAKKAN PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL. Communnity Development Journal, 4(6), 12324–12329.

Mies, M., & Shiva, V. (1993). Ecofeminism (4 ed.). Fernwood Publications.

Misrah, M. (2023). Potensi Pengembangan Kaum Milenial Melalui Ekonomi Kreatif Dengan Penguatan Kewirausahaan Pada Smas Batara Kabupaten Gowa. EJOIN : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(8), 890–898. https://doi.org/10.55681/ejoin.v1i8.1472

Misrah. (2023). Potensi Pengembangan Kaum Milenial Melalui Ekonomi Kreatif Dengan Penguatan Kewirausahaan Pada Smas Batara Kabupaten Gowa. EJOIN : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(8), 890–898. https://doi.org/10.55681/ejoin.v1i8.1472

Monalisa, M., & Asriati, N. (2024). MANAJEMEN PENGELOLAAN PENDIDIKAN SMK TERHADAP KEBUTUHAN PASAR KERJA. Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 09(03), 627.

Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability : A Definition for Environmental Professionals. Journal of Environmental Sustainability, 1(1).

Morris, R., See, B. H., Gorard, S., & Siddiqui, N. (2021). Literacy for life: evaluating the National Literacy Trust's bespoke programme for schools. Educational Studies, 1–19. https://doi.org/10.1080/03055698.2020.1867077

Mulyani, Y. S. (2021). E-Commerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pademi Covid-19 (Studi Kasus UMKM di Kota Tasikmalaya). Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12(2), 131–141. https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.11293

Munajah, R., & Supena, A. (2021). Strategi guru dalam mengoptimalkan kecerdasan majemuk di sekolah dasar. Muallimuna: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah, 7(1), 15–32.

Naess, A. (1989). Ecology, Community, and Lifestyle: Outline of an Ecosophy. Cambridge University Press.

Nainggolan, A. M., & Daeli, A. (2021). Analisis teori perkembangan kognitif Jean Piaget dan implikasinya bagi pembelajaran. Journal of Psychology Humanlight, 2(1), 31–47.

Nasib, Kalsum, U., & Karman. (2022). EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL DAN KEMANDIRIAN MASYARAKAT ERA SOCIETY 5.0 (Issue March).

Nasihudin, & Hariyadin. (2021). PENGEMBANGAN KETERAMPILAN DALAM PEMBELAJARAN. Jurnal Pendidikan Indonesia, 2, 733–743.

Ngabalin, T., Habibie, A., & Darmawan, E. (2023). Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dalan Mendukung Kebijakan Pariwisata di Kota Tanjungpinang. 11, 13–21.

Nidyawati. (2022). Pengaruh Sikap dan Keterampilan terhadap Kualitas Kerja Pegawai Bagian Perlengkapan Setda Kabupaten Lahat. Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 532–542.

Noni, S., Syamsu Rijal, Ma., Kartini, E., Assoc Sihab Ridwan, Mp. M., Muhammad Nur Afiat, C., Rahmatullah, Ms., Adi Nurmahdi, M., Arum Arupi Kusnindar, M., Inanna, M., Ir Hj Khodijah Ismail, Mp., Ir Hj Marhawati, Ms., & Sri Astuty MSi Alamsyah, Ms. S. (2023). Potensi, Peluang, Dan Tantangan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0.

Novianti, D., & Alamsyah, A. (2023). Improving Sales Rate Through Social Media Marketing Strategy for Small Business. JURNAL ILMIAH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS FLORES, 13(1), 167–180. https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2531

Nugroho, M. T. (2019). INDUSTRI KREATIF BERBASIS BUDAYA PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA INDUSTRY 4.0. https://www.researchgate.net/publication/335652210

Nur Rahman, D., Nawawi, Z. M., & Indah Lestari, A. (2021). PENGARUH TENAGA KERJA EKONOMI KREATIF DAN EKSPOR PRODUK EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA.

Nur Solihat, A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, II(X). https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.915

Nurina, Oktavianti, P. R. M., Farida, Sopini, P., Winata, A. J. A., Kusuma, H. W., M, A., Tanjung, A., Agrita, L. T. W., Munawaroh, & Handayani, M. (2024). Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. In Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu. Eureka Media Aksara.

Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara, 1(1), 49–54. https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.411

Oktavianty, & Agit, A. (2023). Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 232. https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.30103

Passmore, J. (1974). Man's Responsibility for Nature: Ecological Problems and Western Traditions. Scribner.

Pentury, G., Risambessy, A., Sijabat, A., & Leuhery, F. (2023). STRATEGI PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN USAHA MASYARAKAT DI DESA LILIBOOI. 4(2), 3854–3859.

Petrova, I. (2023). Creativity development as an imperative for strategic human resource management. Social and Labour Relations: Theory and Practice, 12(2), 40–48. https://doi.org/10.21511/slrtp.12(2).2022.05

Prajanti, S. D. W., Margunani, M., Rahma, Y. A., Kristanti, N. R., & Adzim, F. (2021). Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif Dan Berkelanjutan Di Kota Semarang. Jurnal Riptek, 15(2), 86–101. https://doi.org/10.35475/riptek.v15i2.124

Prasetyo, P. E. (2017). Standarisasi dan komersialisasi produk industri kreatif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. 657–662.

Premana, A., Fitralisma, G., Yulianto, A., Zaman, M., & Wiryo, M. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0. Journal of Economic and Management (JECMA), 2, 1–6. https://doi.org/10.46772/jecma.v1i01.219

Pujiatuti, S., & Chuk's Mayvani, T. (2024). PENGARUH MODAL, SUMBER DAYA MANUSIA DAN TEKNOLOGI TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BIDANG KULINER DI PULAU MADURA. Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, 12, 159–166.

Purnamasari, W. (2018). Jurnal Lingkungan Keluarga,Minat Berwirausaha. 1–47.

Purnomo, B. R. ,. (2020). Artistic orientation in creative industries: conceptualization and scale development. . Journal of Small Business and Entrepreneurship, 1–43.

Purwaningsih, D., & Al Muin, N. (2021). Mengenalkan Jiwa wirausaha pada anak sejak dini melalui pendidikan informal. Jurnal Usaha, 2(1), 34–42.

Putra Nayotama, T. A., & Mutaqi, A. S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jural Riset Rumpun Ilmu Teknik, 2(1), 113–121. https://doi.org/10.55606/jurritek.v2i1.916

Putra, L. D., Arlinsyah, N. D., Ridho, F. R., Syafiqa, A. N., & Annisa, K. (2024). Pemanfaatan Wordwall pada Model Game Based Learning terhadap Digitalisasi Pendidikan Sekolah Dasar. Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran, 12(1), 81–95.

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). Perilaku Perilaku Konsumen Teori.

Putri, A. . S. A. S., & I.B. Gde Upadana. (2024). Kreativitas Kewirausahaan Di Sektor Pariwisata: Inspirasi Bagi Mahasiswa Akademi Pariwisata Denpasar. Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 4(2), 16–24. https://doi.org/10.53356/diparojs.v4i2.88

Putri, K., Astuti, S., & Safitri, C. (2024). Mengkaji Dampak Literasi Ekonomi Terhadap Pola Konsumsi Remaja Akhir. 371–384.

Rachman Putra, A., & Darmawan, D. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence. ISSE International Journal of Service Science, 2(1), 15–20.

Rahardjo, D. A. S. (2022). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. Yayasan Prima Agus Teknik.

Rahmadanti, R., & Fitriana, K. (2023). COLLABORATIVE GOVERNANCE DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN KULON PROGO (STUDI KASUS GERAKAN BELA- COLLABORATIVE GOVERNANCE DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN KULON PROGO (STUDI KASUS GERAKAN BELA-BELI Kabupaten Kulon Progo mer. 01.

Ramadhan, A., & Novitasari, K. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN LITERASI EKONOMI BERBASIS DIGITAL TERHADAP REGULASI PEMBERDAYAAN PERILAKU SOSIAL DAN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA INDUSTRI 4.0. AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics, 1(1), 44–55. https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22

Ramadhan, F. S., Hafid, A., Ardiansyah, & Nurjaman, U. (2024). Pengertian Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha. Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah, 2(3), 289–298.

Regif, S. Y., Seran, M. S., Naif, I. Y., Pattipeilohy, A., & Saputri, L. (2023). Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat. Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan, 9(1), 49–69. https://doi.org/10.37058/jipp.v9i1.6922

Respatiningsih, H., Arini, A., & Kurniawan, B. (2020). Kemampuan Adaptasi UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 16(2), 99–113.

http://akuntansiperpajakan.unw.ac.id/assets/images/penelitian/Bayu.pdf

Ria Kusumaningrum, Anggita Tresliyana Suryana, R. F. S., Bayu Sumantri, Hasbi Ash Shiddieqy, Ermi Suryani Harahap, C. P. P., Vela Rostwentivaivi, Aulia Keiko Hubbansyah, Azizah Mursyidah, A. K. H., & Sitti Aisya, Triana Gita Dewi, F. C. H. (2016). Kewirausahaan Dasar.

Rikaltra, B. T. P., & Soesilowati, E. (2023). The Effect of Human Resource Quality and Technological and Market Accesses on Creative Economy Development in Indonesia. Saudi Journal of Economics and Finance, 7(03), 174–183. https://doi.org/10.36348/sjef.2023.v07i03.007

Rismayani, Nasution, Arifah, D., Adelina, H., & Keling, M. (2023). Peran Kreativitas Dalam Proses Kewirausahaan Dengan Cara Menginspirasi Ide Hebat. Pediaqu:Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora, 01(4), 1–23.

Riso, E.-M., & K, Mägi. , S. Vaiksaar. , L. Toplaan. , J. Jürimäe. (2019). Conceptual skills and verbal abilities were better in children aged six to seven years who were from more highly educated families and attended sports clubs. ,. Acta Paediatrica , 9(108), 1624–1631.

Riswanto, A., Zafar, T., Chatra, A., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, & Hikmah, A. (2023). Ekonomi Kreatif Inovasi, Peluang, dan Tantangan ekonomi Kreatif di Indonesia.

Riswanto, A., Zaffar, T. S., Chatra P, M. A., Sunijanti, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dasir, M., & Hikmah, A. N. (2023). EKONOMI KREATIF Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia (Sepriano & Efitra (eds.); Pertama). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Riswanto, Zafar, Chatra P, Sunijati, Harto, Boari, Astaman, Dassir, H. (2023). EKONOMI KREATIF : Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia (Issue December). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=pWHjEAAAQBAJ&lpg=PA5&ots=4vNUxhDqRD&dq=1.%09Kebijakan Dukungan untuk Startup Inovatif. Pemerintah memiliki peran krusial dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan startup inovatif. Dukungan kebijakan seper

Rosati, F. , R. V. P. , C. F. , & L.-Y. J. (2023). Business model innovation for the Sustainable Development Goals. Business Strategy and the Environment, 32(6), 3752–3765. https://doi.org/10.1002/bse.3334

Rudianto, R., Diani, R., Subandi, S., & Widiawati, N. (2022). Development of assessment instruments 4C skills (critical thinking, collaboration, communication, and creativity) on parabolic motion materials. Journal of Advanced Sciences and Mathematics Education, 2(2), 65–79. https://doi.org/10.58524/jasme.v2i2.115

Rukmana, A. Y., Bakti, R., Ma'sum, H., Sholihannnisa, L. U., & Efendi, E. (2023). Pengaruh Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengakuan Peluang, dan Jejaring terhadap Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen di Kota Bandung. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science, 1(02), 89–101.

Russell, S. J., Hughes, K., & Bellis, M. A. (2016). Impact of childhood experience and adult well-being on eating preferences and behaviours. BMJ Open, 6(1), e007770.

Sadeghi, V. J. , P. A. G. , C. E. , & C. J. (2021). Exploring the impact of digital transformation on technology entrepreneurship and technological market expansion: The role of technology readiness, exploration and exploitation. Journal of Business Research, 124, 100–111. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.020

Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer, 3(2), 119–131. https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494

Sait, Gürbüz. , W. B. , Schaufeli. , C. Freese. , E. P. , M. , Brouwers. (2024). Fueling creativity: HR practices, work engagement, personality, and autonomy. . International Journal of Human Resource Management, 1(30).

Salder, J. (2020). The creative business: enterprise development in the arts-based creative industries. Creative Industries Journal, 1–18. https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1789414

Saleem, A. (2021). Achieving sustainable economic growth: Analysis of islamic debt and the islamic equity market. Sustainability (Switzerland), 13(15). https://doi.org/10.3390/su13158319

Santoro, G. , B. S. , & P. A. (2020). Collaborative modes with Cultural and Creative Industries and innovation performance: The moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. Technovation, 92–93. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.06.003

Saputra, E. B., & Widana, G. O. (2024). Kemitraan Industri Dalam Mendorong Pemasaran Produk Kreatif Islami. Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan, 14(8). https://doi.org/10.59188/covalue.v14i8.4123

Schultheiss, T., & Backes-Gellner, U. (2023). Different degrees of skill obsolescence across hard and soft skills and the role of lifelong learning for labor market outcomes. Industrial Relations, 62(3), 257–287. https://doi.org/10.1111/irel.12325

Segers, J. P., & Gaile-Sarkane, E. (2020). From Creative Destruction To Creative Disruption: Lessons For Selected And Strategic Industries. WMSCI 2020 - 24th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, Proceedings, 3(Wmsci), 103–107.

Sekar, N., Dewi, S., Maulindar, J., Susena, E., Duta, U., Surakarta, B., & Surakarta, P. I. (2024). Model Klustering Untuk Mengidentifikasi Preferensi Buatan. November, 35–45.

Sembiring, F., Rahman, A., Sabrina Fauziah, S., Salwa Sherenian, & Yopi Setiawan. (2024). Peningkatan Branding Produk UMKM Desa Cisolok Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Media Sosial. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra, 4(2), 125–134. https://doi.org/10.52005/abdiputra.v4i2.242

Sengkoen, Y. (2022). Pengembangan Pembelajaran Ekonomi Kreatif dalam Prakarya dan Kewirausahaan Pengembangan Pembelajaran Ekonomi Kreatif dalam Prakarya dan Kewirausahaan. https://doi.org/10.36418/comserva.v2i08.467

Sessions, G. (1995). Deep Ecology for the Twenty-First Century: Readings on the Philosophy and Practice of the New Environmentalism. Shambhala Publications.

Shabillia, L., & Santoso, B. (2023). Analisis Yuridis Terhadap Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia. 5(1), 737–746. https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2871

Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Edward Elgar Publishing.

Shavab, F. A., Karyanto, B., Ardiayansayah, T., & Utama, A. (2021). Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik).

Shiva, V. (1988). Staying Alive: Women, Ecology and Development. Zed Books.

Sholeh, Y., Mulisi, S., Mubasyiroh, L., Ekoomi, P., Pgri Bangkalan, S., Ekonomi, P., Pgri Bangkala, S., Pendidikan,), & Inggris, B. (2024). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Mengoptimalisasikan Penggunaan Digital Marketing Pada Masyarakat Desa Banyoneng Dajah Bangkalan. Communnity Development Journal, 5(3), 4498–4503.

Sugiyanto, C. (2016). Teori Kepuasan dan Perilaku Konsumen 1. Universitas Terbuka, 1–32.

Suhardi, Afrizal, Aditya Ahmad Fauzi, F. (n.d.). Kewirausahaan di Era Society 5.0. Publica Indonesia Utama.

Suharyono. (2017). Sikap Dan Perilaku Wirausahawan. Jurnal Ekonomi MODERNISASI, 10(1), 38.

Suhedi, & Alfarisi, M. A. (2023). Pemulihan Ekonomi Kota Pontianak melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(2), 2668–2680. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5274

Sulistyowati, R. (2023). Entrepreneurial Ecosystem Determinants on Entrepreneurial Self-efficacy Students of Business Education. Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-008-4

Sumarsono, T. G. , & S. (2021). Kewirausahaan (Strategi Menuju Keberhasilan Usaha) . Yogyakarta: Deepublish .

Suryani, & Sari, R. P. (2023). JIMMA : Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Volume 13 , Nomor 2 , Desember 2023.

Sutianingsih, Afni Yeni, Arif Rachman, Andi Muhammad Rivai, Dedi Herdiansyah, Yusi Irensi Seppa, Ramadhani Kirana Putra, Muhamad Stiadi, Almansyah Rundu Wonua, Humairoh, Wawan Ruswandi, Fauzie

Senoaji, & Tobari. (2024). Pengantar Manajemen (Diana Purnama Sari, Ed.). Get Press Indonesia.

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Opportunities and Obstacles of Micro Business Development in the Digital Economic Era. Ikraith Ekonomika, 2(3), 29–34. http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/401/283

Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN, 2(3), 189–198. https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810

Syahbudi. (2021). Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix). Merdeka Kreasi.

Syofyan, R. (2021). Redesign of Economic Learning Based on 4C Skills in Senior High School at Padang. Atlantis Press.

Taali, M., & Maduwinarti, A. (2024). Green Marketing. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Taftazani, B. M. (2017). Masalah Sosial Dan Wirausaha Sosial. Share : Social Work Journal, 7(1), 90. https://doi.org/10.24198/share.v7i1.13822

Tamzil, Cut Risya Varlitya,Loso Judijanto, et al. (2024). Ecopreneurship: Teori dan Prinsip Ekonomi Lingkungan. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Taqwim, A., & Huda, S. A. A. (2024). Korelasi Antara Kurikulum Merdeka dan Keberanian Menyampaikan Gagasan Ide dalam Mendukung Pengembangan Berfikir Kreatif pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. Journal of Education Research, 5(3), 2587–2594.

Tauhid, K., Alawiyah, S., Manajemen, F. E., & Bogor, U. D. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Wirausaha Muda. 2, 754–759.

Taylor, P. W. (1986). Respect for Nature: A Theory of Environmental Ethics. Princeton University Pres.

Tem, S., Kuroda, A., & Tang, K. N. (2020). The Importance of Soft Skills Development to Enhance Entrepreneurial Capacity. International Educational Research, 3(3), p1. https://doi.org/10.30560/ier.v3n3p1

Thornhill-Miller, B., Camarda, A., Mercier, M., Burkhardt, J. M., Morisseau, T., Bourgeois-Bougrine, S., Vinchon, F., El Hayek, S., Augereau-Landais, M., Mourey, F., Feybesse, C., Sundquist, D., & Lubart, T. (2023). Creativity, Critical Thinking, Communication, and Collaboration: Assessment, Certification, and Promotion of 21st Century Skills for the Future of Work and Education. In Journal of Intelligence (Vol. 11, Issue 3). MDPI. https://doi.org/10.3390/jintelligence11030054

Ummah, M. S. (2019). Kewirausahaan (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

UNESCAP MSME Policy. (2024). Defining Entrepreneurship and Entrepreneurs. https://msmepolicy.unescap.org/defining-entrepreneurship-and-entrepreneurs#:~:text=The OECD defines entrepreneurship as,generate new products or services.

Veer, V. De, Donald, & Pierce, C. (2002). The Environmental Ethics and Policy Book: Philosophy, Ecology, Economics. Wadsworth Publishing.

Wahyudi, I., & Andriyani, N. (2023). Prinsip Etika Lingkungan Hidup dalam Novel Serdadu Pantai Karya Laode Insan. Sajak: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Sastra, Bahasa, Dan Pendidikan, 2(1), 233–241.

Wasyith, W. (2019). Does TECHNOLOGY Matter?: Literature Review Adopsi Teknologi dalam Riset Ekonomi Keuangan Syariah. Al-Urban, 3(2), 117–136. https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is2pp117-136

Watson, A. (2020). Not all roads lead to London: insularity, disconnection and the challenge to 'regional' creative industries policy. . Regional Studies, 11(54), 1574–1584.

WEF. (2022). Annual Report 2021-2022.

Wicaksana. Seta A. (2021). psikologi industri dan organisasi kolaborasi dosen pengampu mata kuliah psikologi industri dan organisasi. DD Publish.

Widiastuti, F., Amin, S., & Hasbullah, H. (2022). Efektivitas Metode Pembelajaran Case Method dalam Upaya Peningkatan Partisipasi dan

Hasil Belajar Mahasiswa pada Mata Kuliah Manajemen Perubahan. Edumaspul: Jurnal Pendidikan, 6(1), 728–731. https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3034

Widyaningtyas, P., & Liliani, E. (2019). Principles of Environmental Ethics in Indonesian Newspaper Short Stories: An Ecocriticism Study. International Conference on Language, Literature, and Arts Education (ICLLAE).

Wijayanto, B., Sutriani, W., & Luthfi, F. (2020). Kemampuan Berfikir Spasial dalam Pembelajaran Abad 21. Jurnal Samudra Geografi, 3(2), 42–50. https://doi.org/10.33059/jsg.v3i2.2495

Wulandari, F. (2024). Problematika Pelanggaran Hak Cipta di Era Digital. 99–114.

Yuliana, R., & Tarigan, A. A. (2022). Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se-Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren. EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:258674018

Yuniarsih, Y., & Risdayah, E. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry. Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 6(3), 337–356. https://doi.org/10.15575/tamkin.v6i3.24238

Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan, 1(02), 81–96. https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87

Zuraira, T., & Chaniago, N. S. (2024). Strategi Manajerial Kepala Sekolah Mengembangkan Literasi Siswa di SMP Swasta Islam An Nizam Medan 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(10), 17–28.

PROFIL PENULIS

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP®

Penulis menempuh Pendidikan S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (UNESA) lulus pada tahun 2006. Melanjutkan jenjang S2 Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Manajemen dan Bisnis Pasacasarjana UNESA lulus tahun 2012, dan melanjutkan ke jenjang S3 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (UM), Program Studi Pendidikan Ekonomi lulus pada tahun 2022. Penulis dosen tetap Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. Saat ini penulis juga aktif sebagai motivator dan pendamping/mentor UMKM serta narasumber dalam bidang, pendidikan, entrepereneurship, marketing, salesmanship, dan service excellent. Penulis juga expert sebagai training dan consulting marketing and entrepreneur. Penulis memiliki sertifikat kompetensi asesor diantaranya pelatihan teknis kompetensi skema bidang Merek, Layanan, Penjualan, Certified Microsoft Innovative Educator, Certificate Professional Competency Training Titled 21ST Century Learning Design by Microsoft Partner, Certificate Microsorft Office Specialist: Word 2019 Associate tahun 2023. Penulis telah mendapatkan sertifikasi kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Metodologi Instruktur, Sertifikasi Risk Management, Pendamping Kewirausahaan, dan Pendamping UMKM, Certified Risk Professional (CRP). Selain sertifikasi, penulis juga sudah menerbitkan buku diantaranya Salesmanship, Pelayanan Prima, Statistik Pendidikan Bisnis, Pendidikan Dan Sumber Daya Manusia: Menggagas Peran Pendidikan Dalam Membentuk Modal Manusia, Pendidikan Kewirausahaan : Membentuk Daya Saing Dan Karakter Bangsa, Membangun Masa Depan Kewirausahaan, Evaluasi Pembelajaran Di Era Society 5.0, Pengantar Teknologi Digital Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran, Santripreneuship: Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Ekosistem Kewirausahaan dan E-Commerce. Memiliki 60 HAKI meliputi assesment, prototype, video, poster, assesment, e-modul, dan buku serta artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional bereputasi.

Email: rayasulistyowati@unesa.ac.id

Prof. Dr. Waspodo Tjipto Subroto, M.Pd.

Guru Besar di bidang Ilmu Ekonomi Pembangunan pada Program Studi S3 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Perjalanan akademik beliau dimulai dari IKIP Yogyakarta, tempat beliau menempuh pendidikan S1 dengan jurusan PMP-KN dan spesialisasi Ekonomi Perusahaan. Selanjutnya, beliau melanjutkan pendidikan S2 di IKIP Bandung dengan fokus pada Pendidikan IPS SD, dan menyelesaikan pendidikan doktoralnya di Universitas Brawijaya Malang dalam Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan.

Prof. Waspodo telah menghasilkan lebih dari 198 karya ilmiah, baik dalam bentuk buku, artikel yang diterbitkan di media massa, maupun jurnal nasional dan internasional bereputasi. Selama kariernya, beliau pernah dipercaya sebagai anggota Senat Universitas dan Senat Fakultas, serta menjabat sebagai Ketua Program Studi PGSD dan Sekretaris P3AI LP3M UNESA. Selain itu, hingga saat ini, beliau masih aktif sebagai Anggota Dewan Pakar Aliansi Profesi Pendidik Ekonomi Indonesia (ASPROPENDO) serta Ketua Dewan Pengawas Pengurus Pusat ASPROPENDO. Dalam bidang penelitian dan publikasi, Prof. Waspodo memiliki lebih dari 15 artikel yang terindeks Scopus serta lebih dari 170 publikasi yang tercatat dalam Google Scholar dengan H-Index 15. Kontribusi akademiknya juga terlihat dari berbagai buku yang telah beliau tulis, di antaranya Ekonomi Syariah, Pengantar Bisnis di Era 4.0, Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro dengan Pendekatan Studi Kasus, Buku Ajar: Pembelajaran Ekonomi Makro berbasis Case-Based Learning, Konsep dan Penerapan Penelitian Tindakan Kelas dan Lesson Study, Pedoman Pelaksanaan AA Pekerti Dosen UNESA, *dan* Revitalisasi Sistem Ekonomi Pancasila di Era Globalisasi.

Email: waspodosubroto@unesa.ac.id

Amatulloh Mufida, S.Pd.

Amatulloh Mufida adalah seorang mahasiswa S2 di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Indonesia. Dia memiliki latar belakang pendidikan ekonomi yang kuat di bidang pendidikan ekonomi, yang di peroleh selama studi S1 di Universitas Negeri Surabaya. Saat ini, dia tidak hanya fokus pada studi akademis, tetapi juga aktif dalam berbagai kegiatan yang mendukung pengembangan profesionalnya. Selain berperan sebagai mahasiswa, dia juga terlibat dalam berbagai kegiatan penelitian dengan minat penelitian meliputi ekonomi pendidikan, inovasi pembelajaran dalam meningkatkan pemahaman siswa dan kewirausahaan. Dia juga mulai belajar menulis hasil penelitian untuk dipublikasikan di jurnal-jurnal ilmiah. Beberapa artikel dia telah berhasil diterbitkan di jurnal bereputasi, di tingkat nasional. Menulis untuk jurnal ilmiah memberikan dia kesempatan untuk berbagi temuan dan kontribusinya kepada komunitas akademis yang lebih luas, serta menerima umpan balik yang konstruktif dari para ahli di bidangnya. Di samping itu, dia juga mulai belajar menulis dan membuat buku serta modul ajar. Buku yang sudah ditulis antara lain yaitu Ekonomi Pendidikan: Teori dan Implementasi dan Kurikulum Pendidikan Ekonomi di Tingkat Pendidikan Tinggi Berbasis OBE.

Email: amatulloh.23006@mhs.unesa.ac.id

Maf Ulatul Ainiyah, S. Pd., Gr.

Penulis merupakan mahasiswi Magister Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, yang memiliki semangat pembelajar sepanjang hayat *(lifelong learner).* Ketertarikannya pada pengembangan diri diwujudkan melalui partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan akademik dan kompetisi. Dalam bidang penelitian, penulis telah menghasilkan beberapa karya ilmiah. Pada tahun 2024, karyanya tentang *halal tourism* dipresentasikan dalam *International Annual Conference on Islamic Economic and Law*. Sebelumnya, ia juga mempublikasikan karya tentang pembelajaran berdiferensiasi dalam Prosiding Seminar Nasional yang membahas desain asesmen dalam implementasi Kurikulum Merdeka. Selain itu, beberapa artikel ilmiahnya telah diterbitkan dalam jurnal terindeks Sinta, menunjukkan komitmennya pada publikasi ilmiah yang berkualitas.

Penulis juga aktif dalam kompetisi kepenulisan dan meraih berbagai penghargaan di tingkat kota dan nasional. Pada tahun 2024, ia meraih Juara 1 dalam Lomba Esai Mahasiswa tingkat Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Ahmad Dahlan. Prestasi serupa diraih sebelumnya dengan Juara 1 dalam Lomba Karya Tulis Perkoperasian yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sidoarjo tahun 2023 dengan mengangkat tema Koperasi Multipihak dalam mendukung *Sustainable Development Goals*. Esai ilmiahnya juga meraih Juara 1 Nasional dalam ajang ISCOUNFEST 3.0 yang diselenggarakan oleh Universitas Al-Azhar Indonesia.

Ketertarikan penulis pada inovasi pembelajaran juga dibuktikan dengan partisipasinya dalam tim *microteaching* dan meraih Juara 2 Nasional dalam Lomba Inovasi Digital Mahasiswa (LIDM) yang diselenggarakan oleh Puspresnas pada tahun 2021. Berbagai kegiatan yang diikuti penulis menunjukkan dedikasinya untuk terus belajar, mengembangkan potensi, dan berkontribusi dalam bidang pendidikan dan ekonomi.

E-mail: maf.23010@mhs.unesa.ac.id

Aditiya Chandra Prasetiya, S.Pd., Gr.

Penulis merupakan mahasiswa pada Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dan guru ekonomi di SMAN 15 Surabaya. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai guru, Penulis memiliki komitmen kuat untuk mengembangkan pembelajaran yang inovatif dan relevan, khususnya dalam bidang ekonomi. Dalam perannya sebagai pendidik, penulis aktif mengembangkan berbagai media pembelajaran kreatif yang bertujuan untuk mempermudah siswa memahami konsep-konsep ekonomi yang sering kali dianggap kompleks. Selain mengajar, Penulis juga berkontribusi secara aktif dalam Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Ekonomi, tempat ia berbagi praktik terbaik dan memperkuat kolaborasi antar guru untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Ia kerap mengikuti berbagai pelatihan dan sertifikasi di bidang pendidikan, termasuk yang berfokus pada pengembangan kompetensi guru, teknologi pembelajaran, dan pendekatan pedagogis modern. Hal ini menunjukkan dedikasinya untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan profesional.

Email: aditiyaprasetiya.id@gmail.com

Ana Luthfiyah, S.Pd.

Seorang guru ekonomi SMA yang berdedikasi, terus meningkatkan kualitas melalui studi S2 Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya dan berkomitmen untuk menghadirkan inovasi dalam pengajaran. Memiliki ketertarikan dalam pengembangan strategi dan pembelajaran dalam ekonomi. Beberapa karya yang telah penulis hasilkan diantaranya adalah artikel penelitian tentang *minat wirausaha dan inovasi dalam pembelajaran ekonomi yang terbit dalam jurnal imiah terindeks Sinta,* serta menghasilkan buku Sikap wirausaha di era digital dan ekonomi dalam Pendidikan pada tahun 2024. Beberapa penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengembangan bahan ajar berbasis *sustainable* dalam meningkatkan keterampilan abad 21 peserta didik jenjang SMA.

Email: ana.23009@mhs.unesa.ac.id

Izza Milenia Ariyati, S. Pd., Gr.

Penulis merupakan lulusan dari program Sarjana Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. Saat ini, penulis tengah menempuh studi Pascasarjana di universitas yang sama dengan jurusan Pendidikan Ekonomi. Selama menempuh pendidikan, penulis menunjukkan minat yang mendalam dalam bidang kepenulisan, khususnya yang berfokus pada isu-isu pendidikan, ekonomi, serta pengembangan pembelajaran. Ketertarikan penulis dalam dunia kepenulisan tidak hanya sebatas minat, tetapi juga diwujudkan dalam berbagai karya ilmiah yang telah dipublikasikan dalam lingkup nasional. Karya-karya tersebut mencerminkan pemikiran serta kontribusi akademik penulis terhadap perkembangan ilmu pendidikan ekonomi. Dengan latar belakang akademik dan pengalaman yang dimiliki, penulis terus berupaya mengembangkan penelitian serta tulisan-tulisan ilmiah yang dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, khususnya dalam meningkatkan kualitas pembelajaran dan pemahaman masyarakat terhadap pendidikan ekonomi.

Email: izzaariyati@gmail.com

Eko Budi Utomo, S. Pd.

Seorang penulis yang bekerja menjalankan CV atau Perseroan Komanditer, dan berusaha meningkatkan lagi kualitas diri melalui studi S2 Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. Memiliki ketertarikan dalam pembelajaran bidang Pendidikan Ekonomi. Beberapa karya yang telah penulis hasilkan diantaranya adalah artikel penelitian tentang pengaruh metode *Smaal Group Discussion* terhadap berfikir kritis siswa, analisis peran pendidikan kewirausahaan berkelanjutan untuk meningkatkan minat berwirausaha di era digital, dan buku tentang Marketplace pada tahun 2024. Penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh ekspektasi karier, efikasi diri dan lingkungan sosial terhadap minat siswa melanjutkan studi ke perguruan tinggi dengan pendapatan orang tua sebagai variabel moderasi pada siswa SMA negeri di bojonegoro.

Email: eko.23008@mhs.unesa.ac.id

Atika Alifia, S.Pd.

Penulis merupakan seorang mahasiswa strata 2 yang menempuh pendidikan dengan bidang keilmuan Pendidikan Ekonomi. Keiinginanya untuk menjadi seorang pendidik yang berkualitas diwujudkan dalam upgrading diri dengan melanjutkan studi pascasarjana pada Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. Saat ini ia sedang belajar menulis ide-ide dam inovasi yang ia miliki. Beberapa penelitian yang telah dilakukan terfokus pada pembelajaran dan kewirausahaan. Karya artikel penelitian terbaru tahun 2024 tentang kajian minat wirausaha telah terbit di Jurnal Pendidikan Edutama yang terindex Sinta. Beberapa penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengembangan media pembelajaran guna meningkatkan keterampilan abad 21 peserta didik jenjang MAN. Buku yang telah terbit sebelumnya tentang perilaku wirausaha dan Modul konsep dasar ekonomi untuk fase E.

Email: atika.23005@mhs.unesa.ac.id

Adika Iftitah Rizqillah, S.Pd.

Penulis merupakan Mahasiswa aktif Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya Prodi Pendidikan Ekonomi (2023-Sekarang). Selain merupakan mahasiswa penulis juga mengabdikan dirinya untuk menjadi seorang Guru pada Mata Pelajaran Ekonomi pada SMA Muhammadiyah 10 Surabaya sejak tahun 2020 sampai saat ini. Selain aktif menjadi guru penulis juga aktif di berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja sebagai seorang guru. Penulis juga telah berhasil menerbitkan artikel dan buku dengan judul: *MSMEs Marketing Strategies Through The Use Of Social Media: A Systematic Literature Review*, Literasi Kewirausahaan Panduan Praktis untuk Generasi Muda, Financial Technology: Keuangan Digital yang Tengah Naik Daun, Fase E Konsep Dasar Ilmu Ekonomi.

Email: adika.23001@mhs.unesa.ac.id

Ayu Fitria Ismawati S.Pd.

Mahasiswi pascasarjana pada jurusan S2 Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya tahun 2024. Ia mendapat beasiswa dari Kementerian Keuangan pada Lembagga Pengelola Dana Pendidikan. Selain aktivitasnya menjadi mahasiswi ia aktfif menjadi pengurus kelurahan LPDP Unesa periode 7.0, dan menjadi pengajar ekonomi di ruang guru Surabaya. Beberapa artikel dan buku yang pernah di publikasikan adalah THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE, SELF-EFFICIENCY ON LEARNING ACHIEVEMENT WITH LEARNING BEHAVIOR AS MODERATING VARIABLES (2022), MSMEs Marketing Strategies Through The Use Of Social Media: A Systematic Literature Review (2024), Digitalisasi Kewirausahaan (2024), Buku Ajar Ekonomi Fase E Materi Pasar dalam Perekonomian (2024), serta Systematic Literature Review: Using The Two Stay Two Stray Learning Method, Learning Motivation on Student's On Critical Thinking Ability (2024), saat ini ia sedang merancang penelitiannya mengenai penerapan model pembelajaran treffinger.

Email: ayu.23012@mhs.unesa.ac.id

Buku "Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan: Sinergi Inovasi untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan" menghadirkan wawasan mendalam mengenai peran strategis ekonomi kreatif dalam pembangunan ekonomi modern. Menggabungkan konsep kewirausahaan, inovasi, dan teknologi digital, buku ini menguraikan bagaimana industri kreatif dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Melalui pembahasan yang sistematis, buku ini mengupas teori dan konsep dasar ekonomi kreatif, model bisnis inovatif, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku industri kreatif. Tidak hanya itu, studi kasus dan contoh nyata dari berbagai sektor industri kreatif turut disertakan untuk memberikan pemahaman yang lebih aplikatif bagi pembaca.

Buku ini menyoroti bagaimana ekonomi kreatif menjadi bagian dari strategi pembangunan nasional yang berkelanjutan, dengan dukungan dari pemerintah, dunia usaha, serta komunitas kreatif. Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong transformasi dalam berbagai sektor industri kreatif, seperti seni, desain, fashion, kuliner, film, animasi, dan media digital. Oleh karena itu, buku ini juga membahas bagaimana inovasi teknologi, digitalisasi, dan kewirausahaan dapat memberikan dampak besar bagi perkembangan industri kreatif.

Selain membahas tantangan dan peluang yang ada, buku ini juga mengupas strategi adaptasi dan inovasi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar global. Dengan pendekatan berbasis riset dan analisis mendalam, pembaca akan mendapatkan wawasan mengenai bagaimana membangun model bisnis yang berkelanjutan, mengoptimalkan sumber daya kreatif, serta meningkatkan daya saing di tingkat nasional maupun internasional.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, pelaku industri kreatif, serta siapa saja yang tertarik untuk memahami dan mengembangkan sektor ekonomi kreatif. Dengan pendekatan yang komprehensif dan aplikatif, buku ini diharapkan menjadi referensi penting bagi siapa pun yang ingin menggali lebih dalam mengenai dinamika dan potensi industri kreatif di era digital.

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamediagroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-347-778-5
9 786231 477781