

Pentingnya ekonomi kreatif sebagai probabilitas atensi mahasiswa gen Z : Meningkatkan kompetensi dalam menciptakan inovasi baru

Hida Amalia Adzkiya

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: amaliaadzkiya@gmail.com

Kata Kunci:

Ekonomi Kreatif; Mahasiswa; Gen Z; Kreativitas; Kompetensi

Keywords:

Creative Economy; College Students; Gen Z; Creativity; Competence

ABSTRAK

Ekonomi Kreatif merupakan konsep untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang lebih maju dan berkelanjutan yang berlandaskan pada aspek kreativitas dan inovatif (yunaz et al., 2022). Latar belakang penulisan karya ilmiah ini yaitu karena pada Mahasiswa Gen Z dimana mereka lebih dekat dengan digitalisasi dibandingkan generasi sebelumnya belum banyak yang memanfaatkan kemajuan tersebut. Sejatinya mereka dapat memanfaatkan peluang yang besar pada diri mereka untuk dapat memajukan perekonomian Indonesia dengan cara yang lebih efektif dan mudah dilakukan yaitu dengan Ekraf (Ekonomi kreatif). Metode yang

digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah Pengembangan Teoritis dengan mengembangkan dan memperluas teori yang ada melalui pemikiran konseptual. Ada beberapa subsektor ekonomi kreatif, diantaranya: desain produk, fashion, kuliner, fotografi, DKV, kriya, penerbitan, dan aplikasi (Anwar, 2022). Hal ini perlu diketahui oleh mahasiswa agar nantinya mereka dapat memahami apa saja yang harus dilakukan untuk memulai peran mereka sebagai generasi Z dalam mempelajari ilmu ekonomi kreatif, dan juga diharapkan dapat memajukan perekonomian Indonesia yang mana akan tercipta lapangan pekerjaan baru yang dibutuhkan oleh masyarakat dan dapat menambah devisa negara.

ABSTRACT

Creative Economy is a concept to realize more advanced and sustainable economic development based on creativity and innovative aspects (yunaz et al., 2022). The background to writing this scientific paper is that Gen Z students, where they are closer to digitalization than previous generations, have not taken advantage of this progress. In fact, they can take advantage of the great opportunities in themselves to be able to advance the Indonesian economy in a way that is more effective and easy to implement, namely through Creative Economy (Creative Economy). The method used in writing this scientific work is Theoretical Development by developing and expanding existing theories through conceptual thinking. There are several sub-sectors of the creative economy, including: product design, fashion, culinary, photography, DKV, crafts, publishing, and applications (Anwar, 2022). This needs to be known by students so that later they can understand what needs to be done to start their role as generation Z in studying creative economics, and it is also hoped that it can advance the Indonesian economy which will create new jobs needed by the community and can increase foreign exchange.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan konsep untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang lebih maju dan berkelanjutan yang berlandaskan pada aspek kreativitas dan inovatif. Ekonomi kreatif di Indonesia seringkali disebut sebagai salah satu sumber perekonomian nasional karena pendapatannya yang dapat membantu perekonomian semakin maju. Tidak sampai disini, pemerintah Indonesia pun segera membentuk kementerian/ lembaga yang dikhususkan untuk mengurus ekonomi kreatif Indonesia yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/ Barekraf) (Anwar, 2022). Dengan adanya Kemenparekraf Industri kreatif di Indonesia semakin berkembang pesat karena mendapatkan perhatian khusus dari Kemenparekraf dan dapat fokus mengurus ekonomi kreatif Indonesia.

Saat ini sebagian besar mahasiswa gen z hanya fokus terhadap perkuliahan dan organisasi yang diikuti. Mereka menganggap hal paling penting yang dilakukan ketika menjadi mahasiswa adalah dengan ikut serta dalam berbagai organisasi baik intra maupun ekstra kampus. Hal tersebut tidak sepenuhnya salah, namun sebagai generasi z mereka harus melek terhadap peluang dan kesempatan yang ada di sekitarnya yang tidak hanya berdampak ketika menjadi mahasiswa saja, tetapi dapat menjadi modal untuk masa depan setelah tamat dari perguruan tinggi. Ada banyak kesempatan dan peluang yang dapat dikembangkan berkaitan dengan ekonomi kreatif. Sub sektor dari ekonomi kreatif pun sangat beragam. Mahasiswa gen z dapat memilih dan menentukan sektor mana yang sesuai dengan passion mereka atau searah dengan program studi yang sedang dijalankan.

Ekonomi kreatif penting untuk diketahui dan dipelajari oleh mahasiswa terutama mahasiswa generasi z untuk meningkatkan kompetensi dalam menciptakan inovasi baru yang nantinya dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi Masyarakat. Juga dapat menambah devisa negara dari pendapatan produk ekonomi kreatif yang berhasil di ekspor. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga akan fokus menggiring industri Ekraf di Indonesia agar semakin maju dan berkembang lebih pesat.

Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat pola perekonomian juga mengalami modernisasi. Adanya perubahan yang cukup signifikan dari model perekonomian biasa menjadi serba berbasis teknologi membuat siapa saja yang akan melakukan kegiatan ekonomi harus mengikuti perubahan tersebut. Kondisi seperti ini memunculkan banyak sekali potensi bagi pemuda khususnya mahasiswa generasi z untuk mencari peluang bisnis dengan tujuan dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi Masyarakat dan menjadi tabungan tersendiri bagi dirinya di masa depan agar nantinya ketika lulus dari perguruan tinggi sudah mendapatkan penghasilan dari bisnis yang dijalankannya selama kuliah. Namun, belum banyak mahasiswa yang mengerti akan hal tersebut. Mereka masih belum memiliki *growth mindset*. Padahal mahasiswa gen z ini lebih dekat dengan digitalisasi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Seyogyanya mereka dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk ikut serta memajukan

perekonomian Indonesia dengan cara memiliki kompetensi dalam menciptakan inovasi baru yang nantinya akan disalurkan menuju sub sektor ekonomi kreatif yang sesuai.

Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif?
2. Siapakah generasi Z?
3. Mengapa ekonomi kreatif penting bagi mahasiswa terutama gen Z ?
4. Bagaimana cara meningkatkan kompetensi dalam menciptakan inovasi baru?

Tujuan

1. Mengetahui pengertian dan penjelasan lebih mendalam tentang ekonomi kreatif
2. Memahami dan mengetahui siapakah generasi Z
3. Mengetahui urgensi ekonomi kreatif bagi mahasiswa terutama mahasiswa generasi Z
4. Memberikan informasi dan pengetahuan mengenai cara meningkatkan kompetensi agar dapat menciptakan inovasi baru untuk menunjang pembaca melakukan kegiatan ekonomi kreatif

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk melakukan aktivitas yang dapat dilakukan secara kontinu khususnya dalam hal menggeluti sektor ekonomi kreatif dan juga dapat diperbaiki untuk penelitian lebih lanjut
2. Mampu memberikan wawasan bagi para generasi muda khususnya gen Z agar bisa memiliki growth mindset yang dapat menunjang karirnya di masa depan dengan memanfaatkan sektor ekonomi kreatif

Pembahasan

Seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwasanya ekonomi kreatif penting bagi mahasiswa terutama generasi Z untuk mengetahuinya. Apa itu ekonomi kreatif? Mengapa ekraf begitu penting untuk diketahui dan dipelajari? Lalu siapa yang dimaksud dengan generasi Z? Bagaimana cara untuk memiliki kemampuan dalam menciptakan inovasi baru? pada bagian ini akan dijelaskan secara lebih rinci dan detail perluasan dari poin yang terdapat pada rumusan masalah diatas

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sumber yang dapat menambah nilai ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang bertumpu pada ide yang lahir dari seseorang yang memiliki kompetensi dalam menciptakan inovasi baru (kreativitas) dan berbasis pada ilmu pengetahuan yang dimiliki serta didorong oleh kemajuan teknologi. Kreativitas dan inovasi baru tidak hanya terbatas pada lingkup karya seni dan budaya melainkan juga dapat diambil dari aspek ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi, dan ilmu komunikasi.

Beberapa hal yang menjadi pokok landasan ekonomi kreatif yaitu adanya inovasi, kreativitas, dan penemuan. Inovasi merupakan hasil dari suatu pengembangan, pemanfaatan, ketrampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki suatu

produk / sistem yang baru yang memberikan nilai ekonomi dan nilai guna bagi produk/ sistem tersebut. Kreativitas merupakan proses menghasilkan ide atau pikiran baru yang unik dan belum pernah digagas sebelumnya. Sedangkan penemuan lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya serta belum pernah di publikasikan dan mendapatkan pengakuan sebelumnya (yunaz et al., 2022).

Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif

Dalam ekonomi kreatif terdapat beberapa sub-sektor yang telah teridentifikasi oleh pemerintah Indonesia / Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, diantaranya

- Desain
Merupakan kegiatan yang memanfaatkan kemampuan dalam berkarya seni yang didasari oleh adanya ide atau kreativitas dalam membuat desain produk, desain grafis, desain interior dan lain sebagainya
- Fashion
Kegiatan dengan dasar kemampuan mendesain pakaian, aksesoris, menjahit, dan membuat desain sesuai permintaan konsumen
- Penerbitan
Kegiatan dengan fokus pada penulisan, penerbitan jurnal, buku, artikel, atau karya ilmiah sejenisnya dan juga mencakup pada pembuatan konten digital yang mana dapat lebih mudah dilihat dan ditemukan oleh masyarakat luas
- Kuliner
Membuat produk makanan dengan gaya penyajian atau pembuatan yang berbeda dan menarik meskipun dengan bahan yang sama dapat membuat hasil produk tersebut dikatakan sebagai hasil dari kreativitas. Saat ini sudah mulai banyak kuliner dengan berbagai macam olahan yang dapat menarik minat konsumen
- Fotografi, Video dan Film
Kegiatan kreatif terkait dengan ruang lingkup pembuatan videografi, sinematik, konten iklan, jasa fotografi dan juga festival film (Purnomo, 2016)

Generasi Z

Generasi z merupakan generasi yang lahir setelah generasi sebelumnya yaitu generasi Milenial. Generasi ini lahir dalam rentang tahun 1997-2012. Generasi z merupakan generasi yang dekat dengan digitalisasi. Sejak kecil mereka sudah terbiasa melihat bahkan mengoperasikan ponsel, gadget, dan alat elektronik lainnya yang sudah ada pada zaman itu. Bahkan mereka sudah biasa untuk membuka sosial media seperti facebook, twitter, dan browsing menggunakan PC. Generasi z hampir sama dengan generasi milenial tetapi generasi z ini mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu. Mereka sangat melek dengan teknologi dan sangat dekat dengan digitalisasi sehingga kehidupan yang dijalannya tidak terlepas dari pengaruh kemajuan teknologi tersebut.

Urgensi Ekonomi Kreatif bagi Mahasiswa Gen Z

Ekonomi kreatif sangat penting bagi kemajuan perekonomian Indonesia karena ekraf ini disebut sebagai salah satu penyumbang pendapatan terbesar bagi Indonesia. Namun pada generasi z masih belum banyak yang tertarik dan ingin memulai mempelajari dan memulai bisnis dengan basis ekonomi kreatif. Padahal mereka sangat berpotensi untuk bisa sukses melalui berbisnis dengan sub-sektor yang ada di ekonomi kreatif. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII, Indonesia terus mengalami peningkatan pengguna internet dengan pengguna mencapai 51,8% atau 132,7 juta orang pengguna internet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan penggunaan terbanyak untuk media sosial (Meylianingrum, 2022).

Media sosial sangat banyak digunakan saat ini tetapi belum sepenuhnya digunakan untuk hal yang bermanfaat. Dengan adanya perkembangan teknologi ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan ide, gagasan baru, inovasi atau kreativitas dalam mencari peluang untuk mendapatkan pendapatan. Pendidikan atau ilmu tentang kewirausahaan dan entrepreneur sangat penting untuk diterapkan pada jiwa muda mahasiswa terutama pada generasi z. Untuk itu perlu bagi Mahasiswa generasi z untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dengan Bergeraknya mahasiswa menjadi pencipta usaha dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan membantu memperbaiki perekonomian di Indonesia serta dapat mengentas pengangguran (margahana, 2020). Kemudian dengan mahasiswa mulai berwirausaha pada sub-sektor ekraf dapat menjadi tabungan bagi dirinya di masa depan ketika orang lain sedang mencari pekerjaan, dia sudah memiliki usaha dan bahkan mampu membuka lapangan pekerjaan. Dengan mahasiswa berkecimpung dalam ekonomi kreatif dapat mengenalkan produk lokal atau karya lokal anak bangsa agar dapat menjadi branding bagi Indonesia.

Meningkatkan Kompetensi dalam berinovasi

Memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha sangat penting. Langkah tersebut dapat dikatakan sebagai bagian terpenting dari langkah awal bagaimana cara untuk memulai sebuah usaha kreatif. Salah satu cara untuk memotivasi mahasiswa yaitu dengan mengadakan seminar atau webinar terkait dengan topik yang relevan dan mengundang guest star yang berpengalaman di bidangnya. Selain berpengalaman guest star ini diharapkan juga memiliki segudang prestasi serta kesuksesan yang dapat dilihat oleh mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat termotivasi dan secara langsung menjadikan guest star pada seminar/ webinar tersebut menjadi salah satu role modelnya (pusposari et al., 2023). Dengan itu mereka dapat mengambil inti dari penyampaian materi dan juga mulai memikirkan bagaimana cara agar dirinya dapat menjadi seperti role modelnya.

Minat berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengetahuan tentang kewirausahaan, lingkungan, motivasi, keberhasilan diri, kebebasan bekerja, dan keinginan untuk berprestasi (doni andrean & solekah, 2023). Kemudian untuk melatih diri agar dapat meningkatkan kompetensi dalam menciptakan sebuah inovasi baru yaitu dengan meningkatkan kompetensi 4C (Creativity, Communication, Critical thinking, Collaborative) (partono et al., 2021).

Selain itu cara agar dapat meningkatkan kompetensi dalam berinovasi yaitu dengan sering berlatih membuat atau merancang produk atau ide tertentu. Atau dengan membaca dari beberapa sumber referensi terkait ekonomi kreatif yang dapat menumbuhkan semangat untuk membuat produk atau karya seni hasil dari pemikiran kreatif.

Kesimpulan

Ekonomi kreatif menjadi hal yang harus dipahami oleh mahasiswa terutama mahasiswa generasi Z dimana mereka sangat dekat dengan teknologi. Dengan memanfaatkan teknologi mahasiswa mampu menjadi seorang wirausaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Untuk memulainya mahasiswa juga harus memiliki motivasi yang kuat dan role model agar dapat tercapai tujuan. Dengan menciptakan lapangan pekerjaan maka mahasiswa gen z dapat memperbaiki keadaan perekonomian Indonesia dan juga menjadi entrepreneur yang sukses di masa depan.

Daftar Pustaka

- Anwar, M. C. (2022). *Pahami 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia beserta contohnya*.
<https://money.kompas.com/read/2021/09/18/150044626/pahami-17-subsektor-ekonomi-kreatif-indonesia-beserta-contohnya>
- doni andrean, tri bagus, & solekah, nihayatu aslamatis. (2023). *Pengaruh anteseden motivasi terhadap niat menjadi enterpreneur pada mahasiswa*.
<http://repository.uin-malang.ac.id/12585/>
- margahana, helisia. (2020). *Urgensi pendidikan entrepreneur dalam membentuk karakter entrepreneur mahasiswa*. 17.
<https://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/4096>
- Meylianingrum, K. (2022). *Pemanfaatan media sosial sebagai bentuk pengembangan pangan dan ekonomi kreatif (studi kasus UMKM Desa Suwaru Kabupaten Malang)*.
<http://repository.uin-malang.ac.id/11372/#>
- partono, partono, wardhani, hesti nila, setyowati, nuri indah, tsalitsa, annuriana, & putri, siti nurrahayu. (2021). *Strategi meningkatkan kompetensi 4C (Critical thinking, Creativity, Communication, & Collaborative)*. 14.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jpip/article/view/35810>
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*.
<http://eprints.umpo.ac.id/2859/>
- pusposari, luthfiya fathi, ummami, riza, & akhmaliyyah, nabilatul. (2023). *Guest lecturer dan pengaruhnya terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa pendidikan ilmu pengetahuan sosial*. 8.
<http://repository.uin-malang.ac.id/15073/>
- yunaz, haswan, bachri, syamsul, oktaviani, nita fauziah, nugroho, lucky, soeharjoto, soeharjoto, septiadi, dudi, rachmat, zul, tribudhi, debbie ariyani, komaruzzaman, komaruzzaman, & muliyati, muliyati. (2022). *Ekonomi kreatif*.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RTOKEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA182&dq=pengertian+ekonomi+kreatif&ots=DtAi->

[NDHO9&sig=FvtVyuQc8fQoLbQOp9KvcZIPsAM&redir_esc=y#v=onepage
&q=pengertian%20ekonomi%20kreatif&f=false](#)