

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Selama berabad-abad, karakteristik perkembangan ekonomi global berubah-ubah dan dinamis. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya kemampuan manusia dengan melibatkan segala tingkah lakunya dalam usaha memenuhi kebutuhan dasar terutama berkaitan dengan masalah ekonomi. Perkembangan kemampuan tersebut terutama berkaitan dengan cara pandang, pola hidup dan pola berpikir terutama berkurangnya kekuatiran terhadap kelangkaan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dengan berkembangnya teknologi yang berdasarkan kekuatan intelektual. Perkembangan orientasi ini yang menjadikan bergesernya era perekonomian, diawali dengan era pertanian kemudian berkembang menjadi era industri dan dilanjutkan era informasi, serta saat ini mulai berkembang menuju era baru yaitu era ekonomi kreatif. Soesilo Bambang Yudhoyono, mantan presiden Republik Indonesia saat membuka Pekan Produk Budaya Indonesia 2007 mencermati era yang berkembang saat ini dengan menyatakan bahwa, “...we now must look at the creative and culture industry as the way to our economic future” (www.pelita.or.id, 11 Juli 2007). Seiring dengan majunya tingkat pendidikan dan kesehatan di berbagai negara di dunia berkembang era baru berbasis industri kreatif dan budaya sehingga taraf hidup manusia semakin meningkat dan menciptakan paradigma baru.

Paradigma baru ini secara mikro maupun makro menjelaskan bahwa kegiatan ekonomi perlu dikembangkan berbasis budaya, teknologi, sosial dan ilmu pengetahuan. Dikatakan oleh Saputra (2010:30) bahwa daya saing suatu negara tidak lagi mutlak ditentukan oleh kekayaan sumber daya alam tetapi mengarah kepada kemampuan mengelola ilmu pengetahuan dan menciptakan nilai tambah terhadap perekonomian. Kreativitas diakui memiliki kontribusi penting terutama dalam bidang ilmu pengetahuan, ekonomi, politik, sosial dan teknologi sebagaimana teori *respon and challenge* dari Toynbee (1934: 432) bahwa

keaktivitas merupakan salah satu faktor kognitif yang dilihat sebagai salah satu dari lima kekuatan yang mampu mempertahankan suatu peradaban. Salah satunya adalah kemampuan kreativitas untuk memformulasikan suatu ide baru dan diaplikasikan sehingga menghasilkan satu bentuk produksi barang maupun jasa yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Paradigma baru dalam pengembangan ekonomi, dilakukan dengan mengembangkan kegiatan ekonomi melalui aspek budaya, ekonomi, ilmu pengetahuan, teknologi, dan sosial. Kreativitas merupakan inti dari paradigma di era industri kreatif. Kreativitas yang dimaksud adalah kreativitas yang digunakan untuk memformulasikan suatu ide baru dan diaplikasikan untuk menghasilkan satu bentuk produksi barang maupun jasa sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Kontribusi wirausaha dalam industri kreatif sebagai inti dari ekonomi kreatif ditunjukkan dengan data di beberapa negara seperti Amerika Serikat, Eropa, Asia dan Indonesia dengan nilai kontribusi terhadap pemasukan negara yang mencapai jutaan dolar. Pernyataan Howkins (2001:4) dalam bukunya "*The Creative Economy*" menegaskan bahwa kehadiran gelombang ekonomi kreatif pada tahun 1997 dari ekspor karya hak cipta Amerika Serikat menghasilkan penjualan sebesar US\$ 414 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Laporan UNDP mengenai *Creative Economy* (2008:115) menunjukkan perkembangan yang luar biasa dari industri ini, bahwa pada tahun 2005 saja ekonomi kreatif mampu menghasilkan 424,4 Juta Dolar di seluruh dunia dan meningkat terus sebesar 3,4% per tahun.

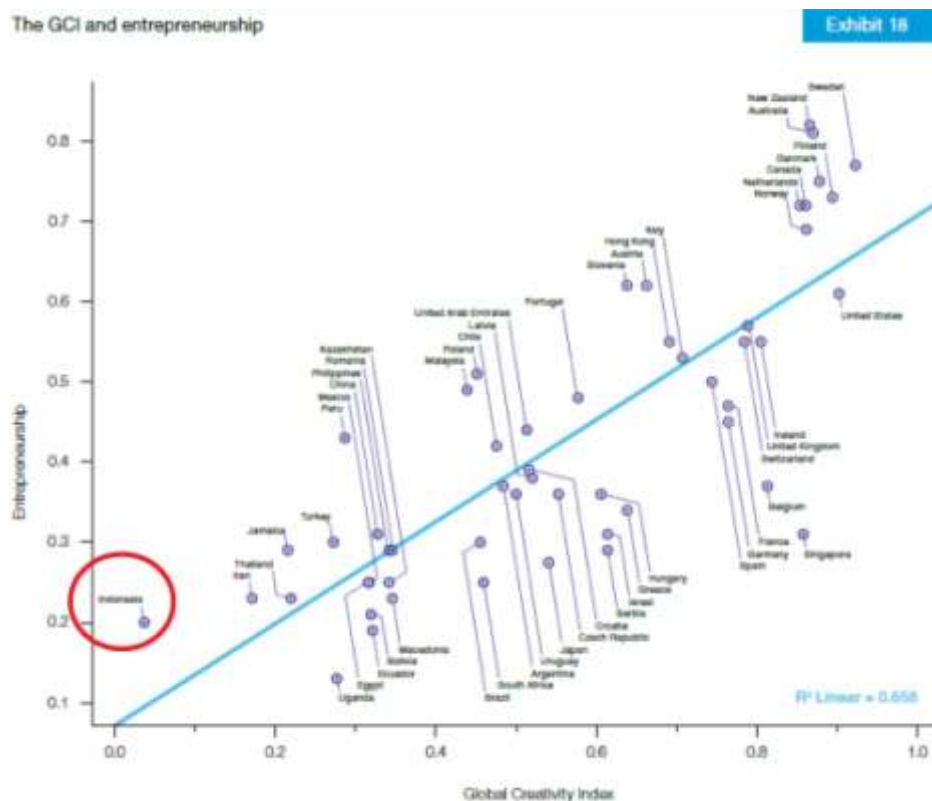
Di Indonesia, studi yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan (Depdag) Republik Indonesia pada tahun (2007:8) menyimpulkan bahwa,

“Kemampuan penyerapan tenaga kerja di industri kreatif mencapai 5,4 juta pekerja dengan angka partisipasi 5,8% dari total angkatan kerja nasional sehingga memberikan sumbangan 6,3% terhadap GDP Indonesia. Ekspor di bidang industri pada sektor ini mencapai Rp 81,4 triliun atau menyumbang lebih dari 9% dari nilai total ekspor nasional.”

Pemetaan Industri Kreatif Depdag (2007:8) menyatakan bahwa sumbangan terbesar dari industri ini berasal dari kelompok *fashion*, kerajinan, periklanan dan

design dengan rata-rata nilai PDB kelompok pada kurun 2002-2006 secara berturut-turut adalah Rp 46 triliun, Rp 29 triliun, Rp 7 triliun, dan Rp 7 triliun.

Dalam studi industri kreatif Depdag (2008:23) dijelaskan bahwa industri kreatif perlu dikembangkan karena selain memberikan kontribusi dari sudut pandang ekonomis namun juga mampu memberikan dampak positif seperti peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan inovasi serta kreativitas, mampu memberdayakan sumber daya terbarukan dan dampak sosial yang positif. Jadi industri kreatif memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan lapangan usaha, peningkatan taraf pendapatan, membangun budaya serta nilai lokal dan berpengaruh terhadap kehidupan sosial seperti kualitas hidup masyarakat. Namun, berdasarkan laporan Penelitian yang dilakukan Martin Prosperity Institute (2011: 20-35) tentang *Global Creativity Index* menunjukkan Indonesia masih berada pada urutan 76 dari 90 negara yang diteliti. Bagan di bawah ini menunjukkan posisi Indonesia pada indeks *Global Entrepreneurship* dengan *Global Creativity*;



Bagan 1.1. Hubungan antara *Global Entrepreneurship Index* dengan *Global Creativity Index* (Martin Prosperity Institute, 2011: 21)

Pendidikan menjadi faktor yang penting dalam mengembangkan industri kreatif. Hal ini dapat dicermati dalam *Knowledge Economy Index* (KEI) yang menjadikan pendidikan (*education*) sebagai salah satu dari empat indikator penilaian yang digunakan (Saputra, 2010:27). Dalam studi yang dilakukan Bank Dunia (2009), menjelaskan bahwa belum adanya *blue print* yang dibuat oleh pemerintah membuat Asia Tenggara terutama Indonesia cukup tertinggal. Ketertinggalan tersebut dibuktikan dengan posisi Indonesia dalam KEI berada di peringkat 103 dari 140 negara yang dinilai. Rendahnya kreativitas ekonomi di Indonesia menurut Saputra (2010:30), karena masih rendahnya pengembangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya pendidikan.

Berkembangnya industri ini tentu saja berdampak terhadap perubahan sosial. Cepatnya perubahan sosial yang terjadi di masyarakat menuntut peran pendidikan lebih intensif agar dapat mempengaruhi pola perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendidikan menurut Wahyudin (2008:19) perlu menekankan pengembangan kemampuan antara lain:

1. Kemampuan untuk mendekati permasalahan secara global dengan kemampuan multidisipliner;
2. Kemampuan untuk menyeleksi arus informasi yang sedemikian deras, untuk kemudian dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari;
3. Kemampuan untuk menghubungkan peristiwa satu dengan lain secara kreatif;
4. Meningkatkan kemandirian anak-anak karena tingkat ekonomi kehidupan pribadi dan keluarga semakin tinggi.

Kemampuan mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi sehingga menjadikan tantangan sebagai peluang merupakan kebutuhan mutlak bagi munculnya sikap kreatif. Hal ini dikarenakan perubahan-perubahan yang terjadi di dunia modern begitu cepat terutama di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga tidak mudah meramalkan pengetahuan seperti apa yang dibutuhkan anak didik di masa yang akan datang. Salah satu perilaku yang dikembangkan di dunia pendidikan adalah kemampuan menghadapi persoalan-persoalan secara kreatif dan inventif (Munandar, 2009). Hal ini sesuai dengan pendapat Sternberg (2008) menyatakan bahwa kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara intelegensi, gaya kognitif, dan motivasi. Namun sayangnya pendidikan di

Indonesia terutama di perguruan tinggi belum mengembangkan hal tersebut, sebagaimana yang dicermati Guilford (1950) bahwa:

“keluhan yang paling banyak saya dengar mengenai lulusan perguruan tinggi kita ialah bahwa mereka cukup mampu melakukan tugas-tugas yang diberikan dengan menguasai teknik-teknik yang diajarkan, namun *mereka tidak berdaya* jika dituntut memecahkan masalah yang *memerlukan cara-cara baru*” (Munandar, 2009:7)

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting untuk mewujudkan industri kreatif (Depdag, 2008:63). Industri kreatif membutuhkan individu-individu yang visioner, berani menerima tantangan, mampu melihat peluang dan berani mengambil resiko serta mampu mengambil keputusan secara cepat dan tepat sebagaimana inti dari pembelajaran kewirausahaan.

Di perguruan tinggi sudah dikenalkan pembelajaran kewirausahaan sebagai perwujudan keluarnya kepres tahun 1997 mengenai kewirausahaan, bahkan dalam undang-undang nomer 12 tahun 2012 pasal 35 ayat 3 disebutkan secara jelas bahwa mata kuliah kewirausahaan termasuk sebagai mata kuliah wajib (bagian dari mata kuliah dasar umum) bagi pendidikan sarjana dan diploma. Tujuan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi menurut departemen pendidikan direktorat perguruan tinggi adalah sebagai berikut,

1. meningkatkan pemahaman dan penjiwaan kewirausahaan dikalangan mahasiswa agar mampu menjadi wirausahawan yang berwawasan jauh ke depan dan luas berbasis ilmu yang diperolehnya,
2. Dapat mengenal pola berpikir wirausaha serta meningkatkan pemahaman manajemen (organisasi, produksi, keuangan dan pemasaran), dan
3. Memperkenalkan cara melakukan akses informasi dan pasar serta teknologi, cara pembentukan kemitraan usaha, strategi dan etika bisnis, serta pembuatan rencana bisnis atau studi kelayakan yang diperlukan mahasiswa agar lebih siap dalam pengelolaan usaha yang sedang akan dilaksanakan. (dikti, 2006:224)

Meskipun studi Depdag (2008:21) mengungkapkan masih banyak lulusan perguruan tinggi dengan IPK tinggi ternyata tidak berprestasi di dunia kerja karena orientasi kurikulum belum berorientasi kepada kreativitas, dan terbentuknya jiwa kewirausahaan. Akibatnya sesuai dengan kajian kemenkop UMKM (Januari, 2012) jumlah wirausahawan baru masih sebesar 1,56% hal ini

jauh tertinggal dibandingkan Singapura yang sudah mencapai 7% atau Malaysia yang sudah mencapai 5% dari total jumlah penduduk di negaranya.

Studi Handriani (2011:83) menguatkan pernyataan belum optimalnya hasil dari pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi. Berdasarkan penelitiannya lebih dari 50% lulusan perguruan tinggi mengalami masa tunggu mendapatkan pekerjaan di atas tujuh bulan. Kebanyakan alumni berorientasi mencari pekerjaan (*job seekers*) terutama sebagai pegawai negeri dan pegawai swasta, bukan sebagai pencipta lapangan pekerjaan (*job creators*). Studi Sri Sumardiningih et.al (2013:70) menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa terutama dalam bidang ekonomi masih rendah, sehingga mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam hal mencari peluang usaha. Jadi kemampuan alumni perguruan tinggi dalam membuat usaha yang mampu menyerap tenaga kerja masih rendah, hal ini tidak terlepas dari rendahnya kemauan berwirausaha.

Terbentuknya pengetahuan, sikap dan motivasi kewirausahaan dianggap penting mengingat *World Economic Forum* sebagai suatu lembaga nirlaba yang didirikan 1000 perusahaan atas dunia sudah mengingatkan bahwa kewirausahaan adalah penggerak yang sangat penting bagi kemajuan perekonomian dan sosial suatu negara. Tumbuhnya usaha kecil dan menengah sampai perusahaan yang besar tidak terlepas dari adanya peran kewirausahaan sebagai sumber pertumbuhan inovasi, produktivitas dan peluang pekerjaan.

Apabila mahasiswa hendak dibangun perilaku kreatif ekonominya maka perlu dimulai dari pembelajaran serta motivasi kewirausahaan yang dimiliki, sebagaimana bunyi hukum efek Thordike bahwa individu akan mencari kenikmatan dan menghindari kesengsaraan, dalam konteks ekonomi seseorang akan meningkatkan keuntungan dan meminimalkan kerugian (Pervin, 1975:378).

Kewirausahaan saat ini sudah dikenalkan sebagai ilmu yang dapat dipelajari baik di sekolah atau masyarakat. *Output* dari pembelajaran kewirausahaan sendiri adalah individu yang tidak saja siap kerja tapi juga mampu membuka usaha. Sayangnya pemahaman wirausaha masih dipahami sekedar menjual dan memproduksi. Padahal banyak hal yang bisa dilakukan seperti pekerjaan meniru (*copy cat*), mengembangkan (*franchise*), pendelegasian, pelimpahan bahkan

menjual kepada pihak lain sehingga bisnis bisa berjalan tanpa pemilik. Hal itu bisa kita lihat di sekeliling kita bagaimana usaha dijalankan tanpa campur tangan pemilik secara teknis, contohnya adalah keberadaan *mart-mart* (minimarket).

Berbagai produk industri sudah banyak yang sukses dengan mengandalkan inovasi dan desain. Sebagai contoh seseorang mungkin akan malu membawa kantung plastik berisi air namun sikap berbeda ditunjukkan saat membawa sebotol air mineral. Ini menunjukkan bahwa kreativitas bisa mengubah paradigma sehingga berdampak terhadap gaya hidup. Namun ide kreatif saja belum cukup namun yang perlu diperhatikan adalah kemampuan dari kreativitas untuk mewujudkan ide tersebut sehingga memiliki nilai ekonomis. Memang bukan hal yang mudah mentransformasikan sebuah ide kreatif menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis. Masa depan dunia industri akan berada di tangan individu yang memiliki kreativitas, konsep inovasi, dan kemampuan kewirausahaan.

Pembelajaran kewirausahaan tidak saja menciptakan individu yang siap di dunia kerja, namun mampu memberikan nilai lebih pada modal dasar peserta didik itu sendiri. Apalagi jika peserta didik mampu berinovasi dan kreatif menyikapi pengalaman yang dimiliki selama ini. Inovasi dan kreativitas tersebut akan menjadi kekuatan yang luar biasa di abad 21 yang menuntut kecepatan dan ketrampilan seperti saat ini. Hubungan antara kreativitas, budaya, ekonomi dan teknologi berkaitan erat terutama di saat globalisasi dan konektivitas menjadi kekuatan dalam mengolah industri seperti saat ini.

Dalam implementasi pembelajaran wirausaha menurut Suherman (2008) pengajar perlu mendasarkan pada (1) teori-teori ekonomi; (2) teori-teori psikologi; (3) teori-teori perilaku; dan (4) teori keterasingan. Teori-teori ekonomi baik secara mikro maupun makro perlu ada dalam kerangka pemikiran pembelajaran kewirausahaan terutama yang menyangkut prinsip ekonomi, teori *supply and demand* dan tujuan ekonomi. Teori-teori psikologi relevan terutama dalam menanamkan sifat-sifat yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan. Dengan adanya teori-teori psikologi akan dapat memotivasi peserta didik untuk membentuk pribadi wirausaha. Teori perilaku penting untuk dijadikan dasar dalam pembelajaran kewirausahaan agar peserta didik mendapat gambaran

bagaimana melakukan sesuatu yang diinginkan sesuai dengan kemampuan dan selaras tujuan yang ingin dicapai oleh individu tersebut agar dapat menjadi wirausaha yang handal. Teori keterasingan penting dalam mengubah *mindset* peserta didik untuk mau berubah dari kebiasaan yang dilakukan sebelumnya menjadi kebiasaan seorang wirausaha.

Dalam kajian Linan (2004) mengenai *Intention-based models of entrepreneurship education* dijelaskan bahwa pembelajaran bagi mereka yang memiliki usaha masuk dalam kategori pendidikan lanjutan bagi pengusaha. Selengkapnya dijelaskan sebagai berikut,

“Continuing education for entrepreneurs. This would be the fourth and last type of entrepreneurship education. It would be a specialized version of adult education in general, designed to allow improvement of the existing entrepreneur’s abilities (Weinrauch, 1984). In particular, it is difficult to attract these entrepreneurs towards this type of programmes, since they tend to consider these initiatives as too general for the particular needs of their firms. A possible way to overcome this difficulty could be linking this category with the above-mentioned modalities. In this sense, participation in some start-up or dynamism programme could make entrepreneurs more receptive to continuous training.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan bagi pemilik usaha termasuk merupakan pendidikan orang dewasa yang bertujuan meningkatkan kemampuan yang sudah dimiliki. Ini artinya para pengusaha ini sudah memiliki perilaku kewirausahaan sehingga langkah selanjutnya adalah meningkatkan perilaku yang sudah ada menjadi perilaku ekonomi kreatif.

Kreatifitas adalah modal kuat untuk berwirausaha sebagaimana penjelasan Schumpeter (1950:2) bahwa *‘entrepreneur as person who destroys the existing economic order by introducing new product and services, by creating new form of organization, or exploiting new raw material.’* Ini artinya wirausaha adalah faktor utama untuk mengembangkan ekonomi kreatif, karena perannya dalam menemukan sumber daya, proses produksi, teknologi dan metode baru sampai ke pasar-pasar baru. Melalui kreativitas, wirausaha mengubah struktur yang ada menjadi tidak stabil (*creative destruction*) dan menggantinya dengan tatanan baru. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya rantai permintaan dan rantai penawaran maka wirausaha yang kreatif, mampu menciptakan nilai tambah dan

hal baru kemudian kreasi tersebut diproduksi serta terdistribusi dan dipasarkan dengan baik nantinya akan mampu diserap pasar.

Disinilah letak penting pembelajaran kewirausahaan untuk menempa peserta didik memiliki kemampuan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif sulit berkembang jika sumber daya manusia yang ada belum memiliki perilaku wirausaha. Produk kreatif mampu berkembang apabila sumber daya manusia memiliki perilaku wirausaha sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi, tidak kebingungan bagaimana memasarkannya atau manajemen sumber daya yang ada. Seorang wirausaha adalah individu yang berani mengambil resiko dan mau mewujudkan apa yang diinginkan.

Kemampuan berwirausaha mahasiswa perlu dikembangkan karena beberapa penelitian menyebutkan bahwa keinginan berwirausaha para mahasiswa merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha masa depan (Gorman *et al.*, 1997; Kourilsky dan Walstad, 1998, dalam Handriani 2011). Pengetahuan, sikap, dan perilaku kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa tentu saja akan membentuk kecenderungan untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang.

Namun masih banyak kajian memaparkan bahwa perilaku kewirausahaan masih rendah dan belum terbangun karena model pembelajaran belum mampu menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan sesuai harapan. Secara sadar kita paham bahwa ekonomi kreatif tidak mungkin terbangun jika pemahaman kewirausahaan kurang. Stephen Covey dalam bukunya "*The 7 Habits of Highly Effective People*" menggarisbawahi hal tersebut dengan pernyataannya bahwa orang-orang pada jaman sekarang akan dapat selamat dari 'ketersiksaan' bila mereka mampu menemukan makna. Ini menyimpulkan bahwa dalam pembelajaran kewirausahaan, peserta didik harus mengonstruksi makna dari apa yang dipelajarinya sehingga terinspirasi untuk mengembangkan apa diketahui dan mencari jawaban apa yang tidak dipahami.

Belajar merupakan perilaku yang dibentuk melalui umpan balik informatif yang dihasilkan oleh perilaku langsung individu dalam interaksinya dengan lingkungan. Belajar dapat dilakukan dengan mengamati, melihat, dan bahkan

meniru orang lain di sekitarnya. Inilah mengapa dalam proses belajar bisa timbul emosi yang menyenangkan atau tidak sesuai harapan. Teori Bandura sebagaimana dijelaskan oleh Murray (1979:67) mengenai belajar sosial perilaku dibentuk melalui umpan balik informatif yang dihasilkan dari perilaku langsung individu dalam interaksinya di lingkungan, mungkin bisa menjadi salah satu alternatif dalam pembelajaran kewirausahaan. Dalam hal ini peserta didik diajak untuk belajar dari lingkungan kemudian secara bertahap membangun pemahaman berdasarkan pengalaman mengenai apa yang dimaksud sebagai kreativitas namun memiliki nilai ekonomis.

Meskipun sudah dikenalkan sejak 18 tahun yang lalu melalui keppres 1997 tentang pengembangan kewirausahaan, namun perkembangan kewirausahaan belum sesuai harapan. Belum optimalnya perilaku kewirausahaan menjadikan tenaga kerja Indonesia ‘dicap’ memiliki etos kerja rendah, perilaku malas, kurang memiliki semangat juang dalam bekerja, bersifat romantis mengagungkan nama besar keluarga dan masih banyak lagi. Belum optimalnya perilaku kewirausahaan menjadikan jumlah wirausaha di Indonesia masih sedikit padahal negara bisa dikatakan maju jika wirausaha mencapai minimal 2%. Indikator-indikator dalam laporan IMD *World Competitiveness Yearbook* tahun 2004 menjadi bukti, bahwa daya saing Indonesia menduduki nomor 56 dari 60 negara yang dinilai. Tentu saja rendahnya nilai tersebut tidak lepas dari rendahnya produktivitas kerja, kewirausahaan, serta lemahnya *corporate governance*.

Mampu memecahkan masalah baru, merupakan wujud besarnya kreativitas seseorang sehingga penting untuk dikembangkan terutama di perguruan tinggi. Selain itu perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta tantangan dunia kerja berkembang serta berubah begitu cepat sehingga dibutuhkan individu-individu yang mampu mengantisipasi serta menjadikannya menjadi peluang. Zuckerberg, mencermati pola perilaku remaja di era modern kemudian membuat Facebook yang menjadikannya sebagai salah satu jutawan baru di tahun 2000 tidak lain karena mampu kreatif dan memberikan atensinya sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Munandar (2009:31) menyatakan bahwa kemampuan kreatif memang mampu meningkatkan kualitas hidup.

Sternberg menyatakan bahwa kreativitas sendiri merupakan titik pertemuan yang khas antara intelegensi, gaya kognitif, dan motivasi (Munandar 2009:20). Perkembangan ilmu pengetahuan membuktikan bahwa kepribadian individu terbentuk dari pengalaman belajar (Skinner:1953, Dollard & Miller:1956, Bandura:1963). Teori pembelajaran *behaviorism* yang dikembangkan Skinner (dalam Friedman & Schustack, 2008:248-250) menjelaskan bahwa pendidikan dan agama sebagai dua hal yang mengontrol perilaku tersembunyi. Lebih lanjut dijelaskan bahwa motivasi yang di sebut oleh Freud sebagai dorongan *id*, adalah *reinforcement* biologis dari lingkungan. Beberapa studi menunjukkan pentingnya motivasi di dalam produktivitas kreatif (Amabile, 1996: Collins & Amabile, 1999). Pernyataan ini dikuatkan oleh Dollard dan Miller (dalam Friedman & Schustack, 2008) terdapat hubungan antara pembelajaran, dorongan, *reinforcement*, dan perilaku.

Darimana perilaku kreatif ekonomi mahasiswa dibangun? Berangkat dari pembelajaran kewirausahaan disertai motivasi sebagaimana hukum efek Thordike yaitu individu akan mencari kenikmatan dan menghindari kesengsaraan (Pervin, 1975: 378). Dalam konteks ekonomi seseorang akan meningkatkan keuntungan dan meminimalkan kerugian jika mampu berwirausaha disertai kemampuan kreatif.

Survei yang dilakukan pada awal 2012 oleh IPSOS (Media Indonesia, 2012) menjelaskan bahwa persentase penduduk Indonesia yang memilih menjadi lebih kreatif, tertinggi di antara 24 negara. Dalam survei tersebut digambarkan bahwa orang Indonesia baik laki-laki maupun perempuan di bawah 35 tahun hingga 64 tahun dengan pendapatan dan tingkat pendidikan yang bervariasi menginginkan menjadi lebih kreatif yang ditunjukkan dengan persentase sebesar 75%, ini lebih tinggi dibandingkan dengan Swedia yang 69% dan Jepang yang hanya 58%.

Sayangnya jumlah, kualitas dan produktifitas pekerja industri kreatif mengalami penurunan yang positif (Depdag, 2008:77). Hal ini tidak terlepas dari belum berkembangnya *creative entrepreneur* (wirausaha kreatif) lulusan perguruan tinggi. Hal ini dicermati Depdag (2008:79) dengan banyaknya lulusan yang tidak mampu menjawab tantangan industri sehingga memilih bekerja di

sektor informal. Untuk itu penting peran perguruan tinggi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, terutama *by design* (berdasarkan perencanaan) daripada *by chance* (berdasarkan kebetulan).

Kewirausahaan merupakan jawaban untuk meningkatkan kesejahteraan. Padahal kewirausahaan di masa yang akan datang bertitik tolak dari berkembangnya industri kreatif. Di Perguruan tinggi mahasiswa belum berinteraksi secara mendalam dan masih dalam proses belajar maka masih setingkat *economy creativity* (kreatif ekonomi). Kreatif ekonomi adalah kemampuan memecahkan masalah-masalah ekonomi dengan kreatif. Untuk itu pembelajaran kewirausahaan dapat mempengaruhi kemampuan kreatif dalam mengatasi permasalahan ekonomi mahasiswa.

Azjen (2008) dalam teori perilaku berencana (*theory planned behaviour*) menjelaskan bahwa perilaku individu dapat diajarkan. Azjen menekankan bahwa keyakinan dikombinasikan dengan nilai, menjadi sikap. Keyakinan dan sikap kurang stabil dibandingkan nilai, oleh karena itu pengetahuan mampu mengubah keyakinan seseorang dan kemudian berubah menjadi sikap baru. Selanjutnya Azjen (2008) menyatakan bahwa keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, norma-norma subjektif dan kontrol perilaku. Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi kehendak atau minat yang menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak. Sikap terhadap perilaku tertentu dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Berdasarkan pada teori Azjen tersebut maka dapat dijelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam kegiatan ekonomi.

Pembelajaran kewirausahaan mampu menjadi jembatan penanaman pemahaman ekonomi kreatif di perguruan tinggi sehingga perlu mendapat perhatian. Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sejak lama menyangand predikat kota pelajar, budaya, dan seni. Pembelajaran kewirausahaan sudah menjadi mata kuliah wajib di beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta. Kreativitas masyarakat Yogyakarta dalam bidang seni atau bidang lainnya cukup diakui di pentas dunia, dengan banyaknya karya serta industri berbasis budaya

yang berkembang di kota ini. Permasalahan mendasar dalam mengembangkan industri kreatif adalah ketiadaan informasi yang akurat mengenai peran pembelajaran kewirausahaan yang dipelajari selama ini terutama oleh pelaku usaha industri kreatif yang merupakan mahasiswa di perguruan tinggi, sehingga dampak dari pembelajaran kewirausahaan terhadap kegiatan industri ini tidak dapat diketahui dan diukur secara pasti. Untuk itu diperlukan suatu studi yang didesain sedemikian rupa untuk memberikan langkah awal dalam pengembangan industri kreatif berangkat dari pembelajaran kewirausahaan di Provinsi DI Yogyakarta. Studi ini akan mendukung langkah Pemerintah Republik Indonesia khususnya perguruan tinggi di Provinsi DIY mengembangkan pembelajaran kewirausahaan sebagai penggerak industri kreatif di masa depan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi suatu permasalahan sebagai berikut.

Pertama, kemauan berwirausaha mahasiswa ekonomi di Yogyakarta belum optimal, sementara dalam praksis pembelajaran mahasiswa tersebut mendapatkan mata kuliah kewirausahaan. Peluang untuk menciptakan usaha sebagai salah satu alternatif pekerjaan menjadi salah satu kendala dalam membentuk perilaku kreatif ekonomi mahasiswa. *Kedua*, rendahnya motivasi kewirausahaan mahasiswa yang tercermin dalam orientasi terhadap jenis pekerjaan yang diinginkan mahasiswa setelah selesai kuliah. *Ketiga*, kondisi ini memberikan suatu pernyataan yang mampu memprediksi terjadinya perubahan pada proses pembelajaran kewirausahaan mahasiswa. Gaya belajar, meskipun bersifat eksklusif pada setiap mahasiswa, namun dapat dijadikan sebagai penuntun untuk mencari alternatif menumbuhkan motivasi kewirausahaan mahasiswa. *Keempat*, pengetahuan dalam arti kognitif sebagai salah satu komponen hasil belajar secara teoretik dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan. Pembuktian secara empirik diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang sebenarnya tentang keadaan tersebut. *Kelima*, rangkaian yang menentukan motivasi kewirausahaan mahasiswa ekonomi dapat ditentukan dari pengetahuan, sikap, dan gaya belajar mahasiswa. *Keenam*, faktor-faktor tersebut juga dapat digunakan untuk menentukan perilaku kreatif ekonomi.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif yang tidak mudah untuk diwujudkan. Untuk itu perlu dicari jembatan bagaimana mengembangkan ekonomi kreatif dengan mengetahui faktor-faktor apakah yang berpengaruh dalam perilaku kreatif ekonomi. Keberadaan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi dianggap mampu menjembatani penumbuhan perilaku kreatif ekonomi yang nantinya berujung kepada pengembangan industri kreatif di Indonesia. Perilaku ekonomi kreatif sendiri disusun dari siklus saling mempengaruhi *scientific creativity* (kreativitas intelektual), *cultural creativity* (kreativitas budaya), *tecnological creativity* (teknologi kreatif) dan *economic creativity* (penyelesaian problematika ekonomi secara kreatif).

Berdasarkan kompleksitas hal yang mempengaruhi ekonomi kreatif tersebut, maka penelitian ini akan diarahkan pada pengkajian *economic creativity behaviour* atau perilaku ekonomi kreatif mahasiswa yang dipengaruhi oleh motivasi, sikap, pengetahuan, dan gaya belajar kewirausahaan.

Permasalahan tersebut selanjutnya dijabarkan dalam bentuk rumusan masalah yang lebih operasional dalam bentuk pertanyaan penelitian. Adapun rumusan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

Pertanyaan penelitian:

1. Apakah ada pengaruh positif gaya belajar terhadap pengetahuan kewirausahaan mahasiswa?
2. Apakah sikap kewirausahaan dipengaruhi oleh gaya belajar dan pengetahuan terhadap sikap kewirausahaan?

Dari rumusan masalah tersebut dijabarkan kembali menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh positif gaya belajar kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa?
- b. Apakah ada pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa?

3. Apakah motivasi kewirausahaan dipengaruhi oleh gaya belajar, pengetahuan dan sikap kewirausahaan ?

Dari rumusan masalah tersebut dijabarkan kembali menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh positif gaya belajar terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
 - b. Apakah ada pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
 - c. Apakah ada pengaruh positif sikap kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
4. Apakah perilaku kreatif ekonomi dipengaruhi oleh gaya belajar, pengetahuan, sikap, dan motivasi kewirausahaan?

Dari rumusan masalah tersebut dijabarkan kembali menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh positif gaya belajar terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa?
- b. Apakah terdapat pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa?
- c. Apakah ada pengaruh positif sikap kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa?
- d. Apakah ada pengaruh positif motivasi kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menggali, menganalisis, dan mengetahui secara utuh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kreatif ekonomi dalam pembelajaran kewirausahaan perguruan tinggi di Yogyakarta. Selain itu, untuk menganalisis motivasi yang mempengaruhi perilaku kreatif ekonomi. Tujuan tersebut dapat diperinci dalam tujuan-tujuan yang secara khusus bersifat operasional sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar terhadap pengetahuan kewirausahaan mahasiswa.

2. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar dan pengetahuan terhadap sikap kewirausahaan.

Dari tujuan deskriptif tersebut dijabarkan kembali menjadi tujuan penelitian yang lebih rinci sebagai berikut:

- a. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa.
 - b. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa.
3. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar, pengetahuan dan sikap kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan.

Dari tujuan deskriptif tersebut dijabarkan kembali menjadi tujuan penelitian yang lebih rinci sebagai berikut:

- a. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
 - b. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
 - c. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh sikap kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa?
4. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar, pengetahuan, sikap, dan motivasi kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi.

Dari tujuan deskriptif tersebut dijabarkan kembali menjadi tujuan penelitian yang lebih rinci sebagai berikut:

- a. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh gaya belajar terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa.
- b. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa.
- c. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh sikap kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa.

- d. Untuk memperoleh dan menganalisis gambaran empiris pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap perilaku kreatif ekonomi mahasiswa.

E. Manfaat Penelitian

Bertitik tolak dari tujuan yang telah dikemukakan di atas diharapkan penelitian ini :

1. Secara Teoritik mampu,
 - a. Memberikan gambaran tentang bagaimana pembentukan perilaku kreatif ekonomi peserta didik sebagai hasil dari pembelajaran kewirausahaan
 - b. Memperkaya khasanah penelitian di bidang pendidikan khususnya bidang pendidikan kewirausahaan untuk pembentukan kreatif ekonomi.
 - c. Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang relevan.
 - d. Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan.
2. Secara Praktis mampu,
 - a. Memberikan gambaran yang luas dan komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelajaran kewirausahaan dalam mengembangkan perilaku kreatif ekonomi di perguruan tinggi untuk memperbaiki efektifitas proses pembelajaran kewirausahaan.
 - b. Memberikan masukan bagi dosen pengampu mata pelajaran kewirausahaan.
 - c. Memberikan kontribusi terhadap kualitas pembelajaran mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi.
 - d. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan sikap kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi.
 - e. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan motivasi peserta didik di perguruan tinggi untuk berwirausaha sehingga menciptakan lapangan kerja.
 - f. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kreativitas lulusan perguruan tinggi.

F. Struktur Organisasi Penulisan

Bab I diawali dengan latar belakang penelitian yang menggambarkan belum optimalnya motivasi dan kemauan berwirausaha bagi mahasiswa ekonomi di Yogyakarta. Rendahnya motivasi dan kemauan berwirausaha mahasiswa ini terkait erat dengan perilaku kreatif mahasiswa. Secara teoretik dibuktikan bahwa sikap, pengetahuan, dan gaya belajar mahasiswa memberikan pengaruh terhadap kecenderungan ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka disusunlah pertanyaan penelitian dan rumusan masalah yang diuraikan pada bagian subbab dua. Kemudian diikuti bagian bab berikutnya, yaitu tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan desain penelitian.

Bab II menguraikan kajian pustaka yang berfungsi sebagai landasan teoretis dalam menyusun pertanyaan penelitian dan hipotesis. Pada bagian ini ditunjukkan *the state of the art* teori perilaku kreatif. Payung disiplin ilmu dalam penelitian ini berada adalah Pendidikan IPS (*social studies*). Kemudian diuraikan konsep-konsep dan teori yang berkaitan dengan variabel yang mengontruksi penelitian ini yaitu gaya belajar, sikap, pengetahuan, dan motivasi kewirausahaan. Hasil penelitian para pakar terdahulu dijadikan bahan untuk merumuskan asumsi dalam penelitian ini. Bagian ketiga dari bab ini diuraikan tentang kerangka pemikiran yang berfungsi sebagai kerangka merumuskan hipotesis. Dengan demikian, struktur organisasi bab dua ini meliputi kajian pustaka dari teori-teori pembelajaran kewirausahaan, gaya belajar, pengetahuan kewirausahaan, sikap, dan kewirausahaan, serta perilaku kreatif ekonomi. Bagian selanjutnya adalah kajian penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan pengajuan pernyataan hipotesis.

Bab III berisi struktur organisasi yang meliputi metode penelitian, lokasi dan subjek penelitian, variabel dan definisi operasional, pengembangan alat pengumpulan data, pengembangan instrumen penelitian, analisis validitas dan reliabilitas instrumen, dan teknik analisis data. Perangkat lunak (*software*) yang digunakan untuk analisis data adalah *Microsoft Excel 2007*, *IBM Statistics 20*, dan *IBM AMOS 20*.

Pada Bab IV dipaparkan hasil penelitian dengan diawali dengan proses pengolahan data, berdasarkan prosedur penelitian kuantitatif. Gambaran tentang temuan penelitian diuraikan berkaitan dengan hipotesis yang diformulasikan. Data hasil penelitian dipresentasikan dalam bentuk tabel dan bagan untuk memberikan gambaran hasil yang sebenarnya. Berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut, maka kemudian dilakukan analisis dengan model persamaan struktural (*structural equation model/SEM*). Secara ringkas uraian bab empat ini meliputi gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian. Inti pokok dari penelitian yaitu menguji hipotesis kemudian dibuktikan dan diuraikan dalam bab empat ini.

Bab V berisi tentang simpulan, rekomendasi, dan implikasi. Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan dari hasil analisis temuan penelitian. Cara penulisan simpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uraian padat. Bab ini juga menyampaikan rekomendasi, dan implikasi. Bagian akhir dari Bab V adalah keterbatasan penelitian.