

PENGARUH MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DAN PELATIHAN WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA EKONOMI KREATIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM OKI (UNISKI) KAYUGUNG

Ari Fernandes
Universitas Islam OKI (UNISKI) Kayuagung
arikayuagungoki@gmail.com

Info Artikel :

Diterima 30 April 2020
Direview 15 Mei 2020
Disetujui 5 Juni 2020

Keywords :

Entrepreneurship, Entrepreneurship Training, Creative Entrepreneurial Interests

ABSTRACT

Purpose - This research was conducted on students of FKIP Islamic University OKI (UNISKI) Kayuagung. Unicorn students are required to take entrepreneurship courses and almost all attend creative entrepreneurship training that is regularly held. This research will answer the question whether the provision of courses and training can increase their entrepreneurial interest in the creative economy Stock Exchange.

Design/methodology - The sample of this study consisted of 100 students from Fikip Unsiki who were taken at random. The regression model of this study is: $Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2$ Where Y_i is interested in being a creative entrepreneur. i is an indicator of creative entrepreneurial interest. Namely: 1. The desire to work independently, 2. The desire to obtain challenges, 3. The desire to obtain a fluctuating income and not small but stable, and 4. The desire to create something new. Each indicator is given a value on a scale of 5.

Findings - The test results show that: 1) Entrepreneurship courses have a positive effect on the creative entrepreneurial interests of Islamic University OKI students. 2) Entrepreneurship training has a positive effect on UNISKI students' creative entrepreneurial interests


Publishing Institution :

Program Studi Manajemen, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Palembang.

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani 13
Ulu Palembang Sumatera Selatan
(30263)

E-Mail :

motivasi.feb.ump@gmail.com

Access this article online	
Quick Response Code:	Website: http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi
	p-ISSN: 2548-1622 e-ISSN: 2716-4039 Jurnal MOTIVASI

A. PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Masalah

Tantangan yang dihadapi dalam pembangunan suatu Negara adalah mengatasi masalah pengangguran. Dari data Badan Perencanaan Nasional (BAPPENAS) menunjukkan angka pengangguran di Indonesia masih sangat tinggi. Pada tahun 2013 tercatat bahwa dari 118,19 juta penduduk Indonesia yang masuk angkatan kerja, sebanyak 7,39 juta orang (6,25%) adalah pengangguran. Tingginya tingkat pengangguran tersebut didominasi oleh lulusan diploma dan sarjana dengan kisaran angka 614.479 orang (Sakernas, 2013), padahal mereka inilah yang diharapkan menjadi generasi penerus yang membangun negara ini ke arah yang lebih maju. Para lulusan diploma dan sarjana ini tidak mungkin akan menjadi pengangguran jika memiliki jiwa entrepreneur.

Peran wirausaha (entrepreneur) dalam menentukan kemajuan suatu bangsa/ negara telah dibuktikan oleh beberapa negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, plus tetangga terdekat Indonesia yaitu Singapura dan Malaysia (Dewi, 2017: 29). Di Amerika sampai saat ini sudah lebih dari 12 persen penduduknya menjadi entrepreneur, dalam setiap 11 detik lahir entrepreneur baru dan data menunjukkan 1 dari 12 orang Amerika terlibat langsung dalam kegiatan entrepreneur. Di Jepang, lebih dari 10 persen penduduknya sebagai wirausaha dan lebih dari 240 perusahaan Jepang berskala kecil, menengah, dan besar bercokol di bumi Indonesia. Selanjutnya negara tetangga Singapura dan Malaysia, lebih dari 7,2 persen pengusaha Singapura dan 3 persen pengusaha Malaysia menjadikan pertumbuhan ekonomi negaranya jauh meninggalkan Indonesia. Jumlah pengusaha Indonesia pada tahun 2016 hanya 1,65 persen dari penduduk Indonesia.

Di Indonesia, di penghujung abad ke-20, kewirausahaan boleh dikatakan baru saja diterima oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif dalam meniti karir dan kehidupan (Dewi, 2017: 28). Dengan hidup di alam penjahatan hampir 3,5 abad lamanya, nyaris tidak ada figur panutan dalam dunia kewirausahaan. Yang ada hanya pola pemikiran feodalisme, priyaiisme serta elitisme yang salah satunya mengagungkan status sosial sebagai pegawai, terutama pegawai negeri (kontras dengan status leluhur yang petani).

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "Creative Economy, How People Make Money from Ideas". Howkins mendefinisikan

Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan. Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Futurolog Alvin Toffler (1980) dalam teorinya telah melakukan pembagian peradaban ekonomi ke dalam tiga gelombang, yaitu pertama, sebagai gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, adalah gelombang ekonomi informasi. Setelah itu Toffler memprediksikan gelombang keempat sebagai gelombang ekonomi kreatif yang lebih berorientasi pada ide atau gagasan kreatif. Berdasarkan hal tersebut maka pengembangan kewirausahaan pada mahasiswa sebaiknya juga menanamkan minat pada ekonomi kreatif, atau lebih spesifik lagi sebagai wirausaha kreatif.

Perguruan tinggi memiliki peran besar dan memiliki peluang untuk menanamkan sikap mental kewirausahaan. Berkaca pada kesuksesan negara maju di Amerika dan Eropa yang hampir seluruh perguruan tingginya menyisipkan materi entrepreneurship di setiap mata kuliahnya, negara-negara di Asia seperti Jepang, Singapura dan Malaysia juga menerapkan materi-materi entrepreneurship minimal di dua semester. Sebagai implementasi pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi di Indonesia, pendidikan kewirausahaan ini dimasukkan dalam kurikulum dengan kisaran bobot antara 2 sks.

Di UNISKI, bentuk implementasi program menanamkan jiwa kewirausahaan tidak hanya melalui pemberian mata kuliah tetapi juga melalui lembaga entrepreneurship development center (EDC) dengan kegiatan pelatihan wirausaha. Pelaksanaan kuliah kewirausahaan tidak jauh berbeda dengan pengajaran mata kuliah lain yaitu dalam bentuk pengajaran teori di kelas dengan durasi waktu yang terbatas, sehingga efektivitasnya dalam menumbuhkan dan meningkatkan minat wirausaha masih dipertanyakan, untuk itu diperlukan tambahan pelatihan wirausaha. Kehadiran lembaga EDC diperlukan untuk melengkapi dan mendorong minat wirausaha mahasiswa. Saat ini peran EDC dirasakan telah terbukti mampu melahirkan wirausaha di kalangan mahasiswa pada berbagai bidang usaha utamanya bidang ekonomi kreatif. Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan dengan menguji pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan usaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa di bidang ekonomi kreatif pada Mahasiswa Universitas Islam OKI (UNISKI) Kayuagung.

Penelitian tentang minat wirausaha di kalangan mahasiswa telah banyak dilakukan di Indonesia, seperti Putri et al.(2017), Yuliatin (2017), Rumijati (2010). Putri et al. (2017), Yuliatin (2017) sama-sama menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat wirausaha, di sisi lain Rumijati (2010) menemukan bahwa metode pembelajaran tidak berdampak signifikan terhadap minat wirausaha.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena beberapa hal. Pertama, penelitian ini fokus pada minat wirausaha di bidang ekonomi kreatif. Kedua, penelitian ini secara spesifik menjawab permasalahan pada kasus uniski yang memberikan mata kuliah kewirausahaan dan secara rutin mengadakan pelatihan wirausaha. Dan ketiga, penelitian ini menggunakan metode yang berbeda yaitu menggunakan variabel bebas kualitatif untuk melihat perbedaan minat pada mahasiswa yang belum dan yang sudah mengambil mata kuliah dan pelatihan.

2. Rumusan Masalah

- 1) Adakah pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha terhadap minat berwirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa Universitas Islam Oki Kayuagung?
- 2) Adakah pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa Universitas Islam Oki Kayuagung?
- 3) Adakah pengaruh pelatihan wirausaha terhadap minat berwirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa Universitas Islam Oki Kayuagung?

3. Tujuan Penelitian

- 1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha terhadap minat berwirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa Universitas Islam Oki Kayuagung.

B. KAJIAN PUSTAKA

I. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. Menurut Alwi (2012) sesuai Kamus Besar Bahasa

Indonesia, pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara berpikir baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Suryana, 2013:02). Pada hakikatnya, kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup.

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber dayamanusia sebagai faktor produksi yang utama.

Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi.

United Nations Conference on Trade and Development mendefinisikan ekonomi kreatif "An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development. Namun istilah ini benar-benar mulai terangkat pada tahun 1997 ketika Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom mendirikan Creative Industries Task Force. Definisi industri kreatif menurut DCMS Creative Industries Task Force (1998), adalah "Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content".

Definisi DCMS inilah yang menjadi acuan definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 yang dikeluarkan Kementerian Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga

dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif).

Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: “Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video. Muncul pula definisi yang berbeda-beda mengenai sektor ini. Namun sejauh ini penjelasan Howkins masih belum diakui secara internasional.

3. Usaha Kreatif

kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.

Arti dari kata ‘kreatif’ sendiri adalah menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain, atau menghubungkan hal-hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan arti dari kata ‘inovatif’ adalah menciptakan sesuatu yang belum pernah ada menjadi ada atau menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda. Hal-hal itulah yang sejatinya diperlukan para wirausahawan. Yang dimaksud dengan wirausahawan adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausahawan. Wirausahawan adalah pionir dalam bisnis, *innovator*, penanggung resiko yang mempunyai penglihatan visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem.

Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Kreativitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreativitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita kearah yang lebih baik. Apa yang dibutuhkan oleh bisnis adalah penerapan proses kreatif pada masalah, isu, kesempatan dan peluang yang ada pada saat ini. Sementara produk kreatif, adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan (Affif, 2012). Ide yang kreatif

dikaitkan dengan ide yang baru, yakni paling tidak untuk orang yang bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung (Adair, 1996). Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru.

Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif, yakni apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu hal lama bagi orang lain dalam konteks lain. Inovasi adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru dan menambah atau menciptakan nilai atau manfaat baru dalam perspektif sosial-ekonomi. Untuk menghasilkan perilaku inovatif, seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola (Adair, 1996), yang merupakan bagian penting dalam keunggulan bersaing. Inovasi biasanya melibatkan lebih dari satu orang, yang mengisyaratkan adanya kegunaan dan keuntungan yang ingin diraih dan dimiliki oleh sebagian besar organisasi. Dalam penelitian ini usaha kreatif didefinisikan sebagai usaha dalam industri kreatif.

4. Minat Wirausaha

Minat adalah segala perbuatan manusia yang timbul karena dorongan dari dalam dan rangsangan dari luar, tetapi tidak akan terjadi jika tidak berminat. Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi.

Definisi dan indikator minat wirausaha dalam penelitian ini mengadaptasi definisi dan indikator minat berwirausaha dari Rumijati (2010) dengan memberi penekanan pada industri kreatif. Dalam penelitian ini minat kewirausahaan didefinisikan sebagai keinginan mahasiswa dalam mewujudkan atau membentuk usaha baru dalam industri kreatif, dengan indikator: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru.

C. METODE PENELITIAN

Sampel penelitian ini terdiri dari 100 orang mahasiswa Fkip usiki yang diambil secara acak. Model regresi penelitian ini adalah :

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y_i adalah minat menjadi wirausaha kreatif.

i adalah indikator minat wirausaha kreatif.

Yaitu: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru. Setiap indikator diberi nilai dalam skala 5.

a adalah nilai konstanta

b_1 dan b_2 koefisien regresi

X_1 adalah variabel dummy untuk pemberian mata kuliah kewirausahaan, bernilai 1 jika sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan bernilai 0 jika belum.

X_2 adalah variabel dummy untuk pelatihan usaha kreatif, bernilai 1 jika sudah pernah mengikuti pelatihan wirausaha kreatif dan bernilai 0 jika belum.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Statistik Deskriptif

Dari seratus orang mahasiswa yang menjadi sampel terdapat 33 orang yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan, 60 orang yang sudah pernah mengikuti pelatihan usaha kreatif, 31 orang yang sudah mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan dan pelatihan usaha kreatif, dan 28 orang yang belum mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan maupun pelatihan usaha kreatif.

Tabel 1 menunjukkan rata-rata skor yang diberikan setiap kelompok responden untuk setiap indikator minat wirausaha kreatif.

Sedangkan tabel 2 membandingkan secara terpisah rata-rata skor untuk responden yang sudah dan belum mengambil kuliah kewirausahaan serta perbandingan skor yang sudah dan belum pelatihan wirausaha kreatif.

Dari Tabel 1 terlihat bahwa rata-rata skor untuk kelompok 1 yang tertinggi dan kelompok 4 yang terendah. Jika membandingkan kelompok 2 dan kelompok 3, terlihat rata-rata skor kelompok 3 sedikit lebih tinggi dari kelompok 2 kecuali untuk Y_1 . Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan atau sudah mengikuti pelatihan usaha kreatif menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausaha kreatif daripada yang belum.

Tabel 1. Rata-rata skor yang diberikan keempat kelompok responden untuk masing-masing indikator minat wirausaha kreatif

Jumlah responden	rata-rata skor untuk indikator:				
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1. sudah kuliah dan sudah pelatihan	31	6.13	5.9	5.8	5.9
2. sudah kuliah belum pelatihan	12	5.25	5.0	5.0	4.9
3. belum pelatihan sudah kuliah	29	5.24	5.1	5.0	5.1
4. belum kuliah dan belum pelatihan	28	4.14	3.9	4.0	4.0
	10				
	0				

Dari Tabel 2 terlihat bahwa rata-rata skor yang diberikan kelompok responden yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan lebih tinggi daripada yang belum. Hal ini mengindikasikan minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha kreatif lebih tinggi bagi mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Hal yang sama terjadi untuk variabel pelatihan wirausaha kreatif. Mahasiswa yang sudah mengikuti pelatihan menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausaha kreatif.

Tabel 2. Rata-rata skor yang diberikan kelompok responden yang sudah dan belum mengambil mata kuliah kewirausahaan serta pelatihan wirausaha kreatif untuk masing-masing indikator minat wirausaha kreatif

Jumlah responden	rata-rata skor untuk indikator:				
	Y1	Y2	Y3	Y4	
sudah kuliah	43	5.8	5.7	5.5	5.6
belum kuliah	57	4.7	4.5	4.5	4.5
	100				
sudah pelatihan	60	5.7	5.5	5.4	5.5
belum pelatihan	40	4.4	4.2	4.3	4.3
	100				

Dari Tabel 1 dan 2 dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang diberikan responden hampir seluruhnya di atas nilai tengah dari skala pengukuran variabel minat wirausaha kreatif, yaitu 4 (nilai terendah ditambah nilai tertinggi dibagi 2), kecuali rata-rata skor Y2 pada kelompok mahasiswa yang belum mengambil mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha kreatif. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa sejak awal minat mahasiswa untuk berwira usaha memang cukup tinggi.

2. Hasil Analisis Regresi

Secara umum, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pemberian mata kuliah kewirausahaan (X1) dan Pelatihan usaha kreatif (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif (Y) pada keempat model regresi, dimana:

Y1 = Keinginan untuk bekerja mandiri,

Y2 = Keinginan untuk memperoleh tantangan,

Y3 = Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan

Y4 = Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru.

Koefisien variabel X1 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan.

Koefisien variabel X2 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah pernah mengikut pelatihan wirausaha kreatif.

Dari nilai statistik F dan koefisien determinasi terlihat bahwa pengaruh X1 dan X2 paling besar pada model 2 dimana Y diukur dari keinginan untuk memperoleh tantangan. Sedangkan pengaruh X1 dan X2 paling kecil pada model 3, dimana Y diukur sebagai keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil.

Hasil uji determinasi menunjukkan koefisien determinasi paling tinggi pada model 2 yaitu 59,5% dan terendah pada model 3 yaitu 40,7%. Bagaimanapun, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh faktor yang tidak dimasukkan dalam model penelitian cukup besar. Hal ini kembali memperkuat dugaan bahwa sejak awal minat mahasiswa berwirausaha memang cukup tinggi, yang disebabkan oleh faktor lain.

Tabel 3 Ringkasan hasil analisis regresi

Variabel	Y1	Y2	Y3	Y4
Constant	4.185 (0.00)	4.010 (0.00)	4.079 (0.00)	4.045 (0.00)
X1	0.967 (0.00)	0.882 (0.00)	0.819 (0.00)	0.85 (0.00)
X2	1.016 (0.00)	1.117 (0.00)	0.948 (0.00)	1.049 (0.00)
F	55.31 2 (0.00)	71.17 4 (0.00)	34.93 5 (0.00)	44.294 (0.00)
R ²	0.533	0.595	0.419	0.477
adjusted R ²	0.523	0.586	0.407	0.467

E. KESIMPULAN

Dari hasil pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa pemberian mata kuliah dan pelatihan wirausaha kreatif sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa Fkip Uniski. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemberian mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha di ekonomi kreatif yang telah dilakukan di Fkip Uniski terbukti dapat meningkatkan minat wirausaha kreatif pada mahasiswanya.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha khususnya pada usaha kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Adair, John. 1996. *Effective Innovation: How to Stay Ahead of the Competition*. London: Pan Books.
- 2) Afiff, F. 2012. *Kewirausahaan Dan Ekonomi Kreatif*. Binus University
- 3) Afiff, F. 2012. Pilar Pilar Ekonomi Kreatif. http://www.feb.unpad.ac.id/id/arsip_fakultas_ekonomi_unpad/opini/2198-pilar-pilar-ekonomi-kreatif
- 4) Alwi, Hasan. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 4. Jakarta: Balai Pustaka. \
- 5) Dewi, Sutrisna, S.K. 2017. *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*, edisi 1, cetakan 1. Yogyakarta: deepublish.
- 6) Putri, N L.W.W., Sujana, I N., Suwena, K.R. 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi* Vol 9, No 1

- 7) Rumijati, A. 2010. Pengaruh Bakat Potensi Kewirausahaan Dan Metode Pembelajaran Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Ekonomika-Bisnis*, Vol. 01 No.0 :187-200
- 8) Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- 9) Yuliatin, E. 2017. Pengaruh Lingkungan Kampus Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda Angkatan 2014 2016). *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 5, Nomor 4, 2017: 1091-1102
- 10) _____ 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.