

PERAN MAHASISWA SEBAGAI PENGGERAK UTAMA DALAM MEWUJUDKAN SUKSESNYA EKONOMI KREATIF

¹Riska Januarti, ²Olvi Lestari, ³Syafrinadina

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri

^{1,2,3}Jl. Soebrantas No. 10, Tembilahan Hilir, Indragiri, Riau 29214

Email: @riskajanuarti2414@gmail.com, Olvilestari35@gmail.com,
syafrinadinamanajemenunisi@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam mewujudkan keberhasilan ekonomi kreatif, khususnya di era globalisasi dan digitalisasi. Sebagai generasi yang kreatif, inovatif, dan adaptif, mahasiswa mampu menciptakan peluang baru di berbagai sektor ekonomi melalui pemanfaatan teknologi, pengembangan ide-ide kreatif, dan kolaborasi lintas disiplin. Artikel ini membahas kontribusi mahasiswa dalam memajukan ekonomi kreatif, termasuk peran mereka dalam mewujudkan suksesnya Ekonomi Kreatif mengembangkan produk dengan karya-karya yang inovatif. Selain itu, dibahas pula tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam kewirausahaan serta solusi strategis untuk mengatasinya. Dengan dukungan dari berbagai pihak, mahasiswa dapat menjadi motor penggerak yang signifikan dalam membangun ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Keywords: Mahasiswa, ekonomi kreatif, inovasi, kewirausahaan, penggerak utama

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber utama nilai tambah. Sektor ini mencakup berbagai industri seperti seni, desain, media, teknologi, dan budaya. Di Indonesia, ekonomi kreatif telah menunjukkan pertumbuhan signifikan, berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Prof. Dr. Soegeng Soegijanto 2014)

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda, memiliki peran strategis dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Dengan semangat inovatif dan keterampilan digital yang dimiliki, mahasiswa dapat menjadi katalisator perubahan melalui Inovasi dan Kewirausahaan, Pengembangan Konten Digital, Pemberdayaan Masyarakat.

Peran aktif mahasiswa dalam ekonomi kreatif tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi nasional tetapi juga memperkuat identitas budaya Indonesia di kancah global. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan ide-ide kreatif dan berkolaborasi dengan berbagai pihak guna memajukan sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi Peran Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif Menjelaskan kontribusi mahasiswa sebagai agen perubahan dalam menciptakan inovasi dan mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di berbagai bidang.
2. Menganalisis Faktor Pendukung dan Penghambat Mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan mahasiswa dalam mengembangkan ekonomi kreatif.
3. Menilai Dampak Keterlibatan Mahasiswa Mengevaluasi dampak positif dari keterlibatan mahasiswa terhadap perkembangan ekonomi kreatif.

1.3. Kebaruan Penelitian

Riska Januarti, et al. Peran Mahasiswa sebagai penggerak utama dalam mewujudkan suksesnya Ekonomi kreatif

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru :

1. Pendekatan Multidimensional terhadap Peran Mahasiswa Penelitian ini tidak hanya menyoroti mahasiswa sebagai individu kreatif, tetapi juga menganalisis peran mereka dalam konteks kolaborasi dalam industri kreatif.
2. Integrasi Teknologi Digital sebagai Pendukung Inovasi Penelitian ini menggali lebih dalam bagaimana mahasiswa memanfaatkan teknologi digital
3. Rumus Strategis dalam Pendidikan Ekonomi Kreatif Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi institusi pendidikan untuk menyelaraskan kurikulum dengan kebutuhan industri kreatif, termasuk pelatihan kewirausahaan berbasis kreativitas dan pengembangan soft skills mahasiswa. Pengukuran Dampak Keterlibatan Mahasiswa terhadap Ekonomi Kreatif.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang berfokus pada penciptaan nilai tambah melalui kreativitas, pengetahuan, dan inovasi. Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif mencakup berbagai industri seperti seni, desain, media, teknologi, dan budaya. Di Indonesia, sektor ini telah menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi, sebagaimana ditekankan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), yang menyebutkan bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB terus meningkat setiap tahunnya.

2.2 Mahasiswa sebagai Agen Perubahan

Mahasiswa sering dianggap sebagai agen perubahan karena peran strategis mereka dalam menghasilkan ide-ide inovatif dan membangun ekosistem yang mendukung kemajuan masyarakat. Menurut Slamet (2003), mahasiswa memiliki kapasitas untuk menjadi pelopor inovasi melalui penerapan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan jiwa kepemimpinan.

2.3 Peran Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif

Penelitian sebelumnya (Santoso, 2018) menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif melalui penguasaan teknologi digital, pengembangan bisnis kreatif berbasis lokal, serta kolaborasi lintas sektor. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pelaku, tetapi juga sebagai inovator yang mampu menciptakan peluang baru dalam pasar ekonomi kreatif.

2.4 Teknologi Digital sebagai Pendukung Ekonomi Kreatif

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif. Mahasiswa generasi Z memiliki keunggulan dalam mengadaptasi teknologi digital seperti media sosial, e-commerce, dan kecerdasan buatan (AI) untuk menciptakan produk dan layanan yang inovatif (Prasetyo, 2020).

untuk pembelajaran dan inovasi.

7 Model Pemberdayaan Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif

Penelitian oleh Hidayat (2021) menyatakan bahwa pemberdayaan mahasiswa dapat dilakukan melalui tiga pendekatan utama:

- Pendidikan kewirausahaan yang berbasis kreativitas.
- Pengembangan jaringan kolaborasi dengan pelaku industri.
- Peningkatan literasi digital dan akses teknologi.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metode studi pustaka:

1. Mengidentifikasi topik penelitian
2. Pencarian Literatur
3. Seleksi Literatur

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam mewujudkan keberhasilan ekonomi kreatif. Mahasiswa berkontribusi melalui pengembangan inovasi berbasis kreativitas, pemanfaatan teknologi digital, dan pemberdayaan potensi lokal. Generasi muda ini menunjukkan kemampuan yang tinggi dalam menciptakan produk dan layanan kreatif yang berdaya saing di pasar lokal maupun global (Prasetyo, 2020).

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam ekonomi kreatif dapat diperkuat melalui:

1. Pendidikan berbasis kewirausahaan kreatif, yang mendorong pengembangan ide-ide inovatif (Hidayat, 2021).
2. Kolaborasi lintas sektor, termasuk kerja sama dengan pemerintah, industri, dan komunitas lokal, untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Bekraf, 2019).
3. Pemanfaatan teknologi digital, seperti platform e-commerce, media sosial, dan kecerdasan buatan, untuk memperluas jangkauan pasar (Santoso, 2018).

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa dukungan kebijakan pemerintah dan institusi pendidikan memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas mahasiswa. Selain itu, integrasi elemen budaya lokal ke dalam produk ekonomi kreatif memperkuat identitas nasional dan daya saing internasional (Wijaya, 2017).

Secara keseluruhan, mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, yang tidak hanya berdampak pada ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat.

5 KESIMPULAN

Mahasiswa merupakan penggerak utama dalam mewujudkan suksesnya ekonomi kreatif dengan kontribusi signifikan di bidang inovasi, kewirausahaan, dan pemberdayaan masyarakat. Untuk memaksimalkan peran ini, diperlukan dukungan pemerintah, institusi pendidikan, dan industri dalam bentuk regulasi, pelatihan, serta pengembangan infrastruktur. Dengan kolaborasi yang efektif, mahasiswa dapat menjadi agen perubahan yang memperkuat posisi ekonomi kreatif Indonesia di pasar global.

REFERENSI

- [1]. Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- [2]. Santoso, A. (2018). Peran Mahasiswa dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*.
- [3]. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). (2019). *Laporan Ekonomi Kreatif Nasional*.
- [4]. Wijaya, A. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Budaya*.
- [5]. Prasetyo, D. (2020). Peran Teknologi Digital dalam Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*.
- [6]. Slamet, A. (2003). Mahasiswa sebagai Agen Perubahan dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan dan Pembangunan*.

- [7]. Hidayat, T. (2021). Model Pemberdayaan Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- [8]. Bekraf. (2018). Rencana Strategis Ekonomi Kreatif Indonesia 2018-2025. Bekraf.
- [9]. Nugroho, Y. (2015). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- [10]. Suryani, D. (2019). Peran Mahasiswa dalam Digitalisasi Ekonomi Kreatif. *Jurnal Digitalisasi dan Ekonomi Kreatif*.
- [11]. Dina, S. (2019). Pengaruh Komunikasi Dan Kepemimpinan Terhadap Penyelesaian Konflik Pada Organisasi Bem Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri. *Jurnal Analisis Manajemen*, 5(2), 50-55.
- [12]. Mulya, T. (2017). Meningkatkan Kapasitas Mahasiswa dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- [13]. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pendidikan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Kemendikbud.
- [14.] Hasyim, M. (2016). Peran Generasi Muda dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal Sosial Ekonomi*.
- [15]. Susanto, B. F., Andriansyah, A., Widyawati, W., Maulana, R., Muchlis, M., Dina, S., & Guntur, S. M. (2023). Penggunaan Kahoot sebagai Media Pembelajaran pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri. *IKHLAS: Jurnal Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 2(2), 1-7..
- [16]. Latif, F. (2018). Mempromosikan Ekonomi Kreatif Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Global*.
- [17]. Subagyo, B. (2019). Peran Universitas dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Pendidikan*.
- [18]. Pramudya, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Peran Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pendidikan Bisnis*.
- [19]. Tanjung, F. (2021). Mahasiswa sebagai Katalisator dalam Industri Kreatif. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- [20]. Siahaan, R. (2017). Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Inovasi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- [21]. Zainal, A. (2020). Strategi Mahasiswa dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Kreatif Global. *Jurnal Ekonomi dan Internasional*.
- [22]. Yusuf, H. (2016). Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Bisnis*.
- [23]. Damayanti, D. (2019). Kewirausahaan Mahasiswa dalam Ekonomi Kreatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Pengembangan Bisnis*.
- [24]. Ramadhan, K. (2021). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Mahasiswa. *Jurnal Teknologi dan Industri*.
- [25]. Dina, s., & Iaili, v. T. F. (2022). Pengaruh kemampuan dan keterampilan terhadap efektivitas kerja pegawai asn dinas pekerjaan umum dan tata ruang kabupaten indragiri hilir. *Jurnal analisis manajemen*, 8(1), 60-67.