

EKONOMI KREATIF DAN PEMBELAJARANNYA DI SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA)

Nanik Sri Muhartini ¹⁾, Wahjoedi ²⁾, Sunaryanto ³⁾
Pendidikan Ekonomi – Pascasarjana, Universitas Negeri Malang
email: nanik020184@gmail.com

Abstrak

Pendidikan dengan memahami dan menghafal perlu diimbangi dengan pembelajaran pengembangan kreativitas. Seseorang dapat mengolah dan memaksimalkan potensi kreativitasnya melalui pengalaman nyata dan interaksi sosial. Pembelajaran yang diharapkan dapat memberi pengalaman peserta didik dalam menciptakan ide dan menghasilkan produk berupa barang atau jasa kreatif yang bernilai ekonomi dan layak jual. Studi ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya ekonomi kreatif dan pembelajarannya di SMA. Melalui studi literatur, pembelajaran ekonomi kreatif memiliki banyak manfaat dan perlu diajarkan di SMA. Pembelajarannya melalui praktek secara langsung dengan cara peserta didik aktif di sektor ekonomi kreatif. Praktek/penerapan ekonomi kreatif di SMA sangat mungkin dilakukan berdasarkan metodologi pendidikan ekonomi kreatif. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang proses pembelajaran ekonomi kreatif di SMA sebagai gambaran secara teknis pelaksanaan pembelajarannya sehingga dapat dijadikan contoh penerapan pembelajaran ekonomi kreatif di sekolah lain dengan kondisi yang hampir sama.

Kata Kunci: *pembelajaran, kreativitas, ekonomi kreatif, SMA*

Ekonomi kreatif dan bagiannya yaitu industri kreatif bukan hal baru dalam perekonomian Indonesia. Ekonomi kreatif ada sejak 2008 dengan diterbitkan “Rencana Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2009-2015”. Konsep ekonomi kreatif yang ada di Indonesia mengacu kepada Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Sasaran utama dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah manusia yang kreatif yang dapat dicapai dengan peningkatan

kualitas sumber daya manusia. Pendidikan kreatif melalui ekonomi kreatif ini menuntut adanya persiapan dalam meningkatkan kualitas manusia yang unggul dan kompetitif.

Salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah melalui pendidikan. Menurut penelitian Cristina dan Alina (2016) di Negara Rumania menyatakan bahwa sangat penting menaruh perhatian terhadap investasi sumber daya manusia dalam pendidikan untuk mempersiapkan tenaga kerja kreatif di masa depan.

Sistem pembelajaran yang dilaksanakan di sekolah formal khususnya Sekolah Menengah Atas (SMA) masih bersifat menghafal teori yang dapat mematikan daya pikir dan kreatifitas peserta didik. Pembelajaran yang terlalu banyak menekankan aspek kognitif atau pengetahuan yang kurang berdampak pada sesuatu yang dihasilkan peserta didik di dunia kerja dan dunia riil.

Pendidikan dengan memahami dan menghafal perlu diimbangi dengan pembelajaran pengembangan kreativitas. Seseorang dapat mengolah kreativitas dan memaksimalkan potensi kreativitasnya melalui pengalaman nyata dan interaksi sosial. Pembelajaran yang diharapkan dapat menginspirasi peserta didik untuk berpikir kreatif dalam menciptakan ide dan menghasilkan produk berupa barang atau jasa kreatif. Penelitian Budiono (2015) menunjukkan bahwa salah satu indikator munculnya kreativitas dari pengembangan ide adalah produk yang dihasilkan dari pembelajaran berbasis pengalaman. Pembelajaran ekonomi kreatif dapat diajarkan kepada peserta didik berdasarkan pengalaman dengan

bergelut di sektor kreatif yang ada di sekolah.

Ekonomi kreatif dan pembelajarannya sangat penting diajarkan di sekolah formal khususnya Sekolah Menengah Atas (SMA). Pembelajaran ekonomi kreatif dapat memberi banyak manfaat. Pembelajaran ekonomi kreatif melalui internalisasi nilai-nilai ekonomi kreatif dapat mengubah perilaku peserta didik (Rasul, 2013; Endang, dkk, 2013). Peserta didik akan mampu menghasilkan karya. Penelitian Drifanda (2015) menunjukkan bahwa salah satu motivasi yang melatar belakangi terbentuknya perilaku ekonomi kreatif adalah peserta didik ingin menghasilkan karya.

Studi ini memberi pengetahuan dan gambaran tentang pentingnya ekonomi kreatif dan pembelajarannya diajarkan di SMA. Diharapkan dengan proses pembelajaran ekonomi kreatif yang telah diterapkan secara langsung di lapangan, peserta didik dapat menanamkan nilai-nilai sekaligus merasakan dan mendapat pengalaman secara langsung proses pembelajaran ekonomi kreatif sampai mampu

menghasilkan karya baik produk atau jasa kreatif yang memiliki nilai ekonomis dan layak jual.

HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Ekonomi Kreatif

Sejak pertama dicetuskan pada 2001 oleh para penggagas ekonomi kreatif seperti Richard Florida, Daniel Pink, dan John Howkins, ekonomi kreatif telah membangun negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008: i). Negara yang pertama kali menegaskan konsep ekonomi kreatif adalah Negara Inggris yang dituangkan dalam “Creative Industries Mapping Document”. Indonesia merespon ekonomi kreatif pada 2008 dengan diterbitkan “Rencana Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2009-2015” dan payung hukum berupa Instruksi presiden RI Nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif di Indonesia juga diwadahi dalam badan khusus bernama Badan Ekonomi kreatif.

Instruksi Presiden (INPRES) No.6 Tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif mengindikasikan bahwa pemerintah menginginkan ekonomi kreatif menjadi salah satu penopang perekonomian nasional. Menurut Departemen Perdagangan Dalam Negeri beberapa alasan yang menjadi pertimbangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif adalah (1) ekonomi kreatif memberi kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap PDB, ekspor, dan menciptakan lapangan kerja. (2) Menciptakan iklim bisnis yang positif, (3) Membangun citra dan identitas bangsa. (4) Berbasis sumber daya terbarukan yaitu pengetahuan dan kreativitas. (5) Menciptakan inovasi dan kreatifitas berupa ide dan gagasan serta penciptaan nilai yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. (6) Memberi dampak sosial yang positif bagi peningkatan hidup dan peningkatan toleransi sosial (Suryana, 2013: 197).

“Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide

dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Afiff, 2013; Rasul, 2013; Herawati, dkk, 2014). Howkins (2002) menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana *input* dan *outputnya* adalah gagasan (Rosul, 2013). ”Hakikat ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial” (Suryana, 2013: 35). Dalam hal ini ekonomi kreatif diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan ide, gagasan, dan kreativitas dengan modal utama adalah sumber daya manusia untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai ekonomi dan bersifat komersial.

Menurut Kementerian perdagangan RI (2008) bahwa “ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya

yang terbarukan”. Ekonomi kreatif memiliki 15 subsektor pada 2013 di Indonesia, antara lain: (1) Periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) Kerajinan, (5) Desain, (6) Fashion, (7) Film dan video, (8) *Software* permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) Fotografi, (13) layanan komputer dan piranti lunak, (14) televisi dan radio, (15) kuliner (Latuconsina, 2014: 244).

Kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Era kreatif saat ini lebih mengandalkan penciptaan inovasi dan pemanfaatan kreativitas dengan mengandalkan teknologi sebagai penentu nilai ekonomi produk barang dan jasa. Berbeda dengan era sebelumnya yaitu era agraris, industri, dan informasi yang lebih mengandalkan bahan baku atau sistem produksi. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus

bersaing berbasis inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Pembelajaran Ekonomi Di SMA

Pembelajaran yang lebih bermakna diperlukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kreatif. Pembelajaran akan lebih bermakna apabila peserta didik mampu menggali pengetahuannya sendiri berdasarkan teori, pengalaman dan interaksi sosial dengan lingkungannya lalu mengaitkan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan pembelajaran konstruktivistik. Wheatley (Suyono dan Hariyanto, 2015: 108) mengemukakan dua prinsip utama dalam pembelajaran sesuai konstruktivisme. Pertama, pengetahuan tidak diperoleh secara pasif, tetapi secara aktif oleh struktur kognitif peserta didik. Kedua, fungsi kognisi bersifat adaptif dan membantu pengorganisasian skema melalui pengalaman nyata peserta didik.

Penataan lingkungan pembelajaran dalam teori konstruktivis lebih ditekankan pada pengakuan bahwa orang yang belajar harus bebas. Lingkungan belajar yang memberi kebebasan kepada anak

untuk melakukan pilihan-pilihan akan mendorong anak untuk terlibat secara fisik, emosional, dan mental dalam proses belajar sehingga akan memunculkan kegiatan yang kreatif dan produktif.

Untuk menumbuhkan kreativitas diperlukan lingkungan belajar yang mendukung kreativitas. Dengan terciptanya lingkungan akan mendorong interaksi dengan orang lain yang kreatif. Kreativitas yang diciptakan kelompok akan lebih banyak daripada kreativitas yang diciptakan satu orang. Jadi, dalam lingkungan belajar juga perlu ditumbuhkan adanya interaksi antara pelaku kreatif.

Banyak model pembelajaran yang dapat dikembangkan berdasarkan paradigma konstruktivistik untuk menumbuhkan kreativitas siswa dalam memunculkan ide kreatif, salah satunya yaitu pembelajaran berbasis pengalaman (*Experiential Learning*). Pembelajaran *Experiential* adalah proses belajar secara edukatif, berpusat pada pembelajar, dan berorientasi pada aktivitas. Pengalaman memberi peranan penting dalam konstruksi pengetahuan.

Kegiatan belajar dengan peran aktif siswa dalam pengalaman nyata dapat mengoptimalkan kegiatan dalam mencapai tujuan belajar.

Pelaksanaan Pembelajaran Ekonomi Kreatif di SMA

Pelaksanaan pembelajaran ekonomi kreatif di sekolah merupakan implementasi dari sasaran pengembangan ekonomi kreatif yang tertuang dalam Inpres No. 6 Tahun 2009. Pemerintah berpandangan bahwa pendidikan memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif terlebih dalam menciptakan para *entrepreneur* muda. Untuk itu, dalam sasaran tersebut terdapat strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan nasional yang mendukung penciptaan kreativitas dan kewirausahaan pada peserta didik. Ada beberapa prinsip-prinsip dasar pengembangan pendidikan ekonomi kreatif yang tertuang dalam desain induk pendidikan ekonomi kreatif. Pada jenjang SMA, pendidikan ekonomi kreatif diwujudkan dalam penanaman dan pengembangan karakter, sikap yang positif (kreatif) untuk melahirkan peserta didik kreatif (*creative*

students). Karakter, sikap yang positif tersebut dapat memfasilitasi peserta didik memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pembelajaran untuk melahirkan karya atau produk-produk kreatif.

Secara teknis, pendidikan ekonomi kreatif yang diselenggarakan di beberapa SMA di Indonesia dilaksanakan dengan cara diintegrasikan dengan disiplin ilmu yang dinilai tepat dan kegiatan ekstrakurikuler. Dengan kata lain materi nilai-nilai dalam pendidikan ekonomi kreatif tidak dijadikan sebagai pokok bahasan atau materi tersendiri seperti halnya mengajarkan suatu konsep, teori, ataupun prosedur. Setiap melakukan pembelajaran pendidik diharapkan dapat memberikan motivasi dan contoh aplikasi nilai-nilai pendidikan ekonomi kreatif kepada peserta didik. Adapun nilai-nilai yang dapat digunakan meliputi rasa ingin tahu, berpikir kritis, kemampuan menentukan cara dan pilihan yang tepat (*appropriates*), memiliki intuisi, inovatif, dan produktif (Rasul, 2013; Endang, dkk, 2013).

Pembelajaran ekonomi kreatif dalam hal ini lebih menekankan pada aspek praktik. Melalui praktik, diharapkan peserta didik mampu memperoleh pengalaman dan muncul ide kreatif dari peserta didik untuk menciptakan produk atau jasa kreatif. Praktik pembelajaran ekonomi kreatif di SMA dapat dilaksanakan pada jam pelajaran melalui kegiatan muatan lokal atau kegiatan di luar jam pelajaran melalui kegiatan ekstrakurikuler sekolah atau kegiatan pengembangan diri.

Waktu pelaksanaan pembelajaran ekonomi kreatif dapat disesuaikan. Pembelajaran ekonomi kreatif sebagai muatan lokal dilaksanakan pada saat jam pelajaran sesuai ketentuan sekolah. Sebagai ekstrakurikuler dilaksanakan setiap pulang sekolah atau hari tertentu yang disepakati. Pembelajaran ekonomi kreatif di kegiatan pengembangan diri dapat dilaksanakan setiap hari Sabtu. Kegiatan ini memfokuskan pada pengembangan kreativitas peserta didik di sektor ekonomi kreatif.

Prosedur pelaksanaan dengan berpedoman pada 15 sektor ekonomi kreatif yang ditetapkan di Indonesia. Misalnya, salah satu SMA memilih

satu atau beberapa sektor ekonomi kreatif untuk ditetapkan sebagai ekstrakurikuler yaitu kuliner, show/pertunjukan dan multimedia atau yang lainnya. Peserta didik dapat memilih sektor yang diinginkan. Peserta didik akan belajar mengembangkan ekonomi kreatif sesuai sektor yang dipilih dengan dibina oleh pembina. Pembina dapat berasal dari kakak kelas, guru, atau praktisi yang kompeten di bidangnya. Praktisi dapat menjadi pembina tamu yang sifatnya sementara untuk memberi pengetahuan tentang pengembangan ekonomi kreatif atau sebagai penilai produk barang atau jasa kreatif peserta didik sehingga bernilai ekonomi atau layak jual. Bersama pembina, peserta didik dapat membuat ide, gagasan, dan mewujudkannya dalam bentuk barang atau jasa kreatif. Di sektor kuliner, siswa dapat menghasilkan produk masakan yang kreatif, baru atau berbeda dari sebelumnya. Di sektor show atau pertunjukan, peserta didik dapat menghasilkan jasa berupa pertunjukan yang dapat ditampilkan pada even tertentu yang memiliki nilai jual. Wujud ide atau gagasan kreatif dapat berupa barang atau jasa

bergantung sektor ekonomi kreatif yang digeluti.

Tempat pelaksanaan pembelajaran ekonomi kreatif yang ideal adalah di laboratorium. SMA hendaknya memiliki laboratorium. Laboratorium ini bisa digunakan sebagai tempat mengembangkan ekonomi kreatif lengkap dengan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Misalnya sektor kuliner, dilengkapi dengan peralatan masak dan bahan makanan, multimedia dilengkapi dengan komputer atau laptop, sound sistem, kamera, video shooting, dan sebagainya.

Berdasarkan desain induk pendidikan ekonomi kreatif (PSMP, 2010 dalam Endang, dkk, 2013), metodologi pendidikan ekonomi kreatif meliputi hal-hal berikut ini:

A. Prinsip penerapan metode pendidikan ekonomi kreatif

1. Berlandaskan nilai dan karakter bangsa (*sense of national identity*).
2. Memberi ruang terbuka untuk tumbuh dan menghargai kreativitas dan pengembangan diri bagi peserta didik.

3. Ikut bertanggung jawab untuk berperan membuat perubahan pada komunitas.
4. Penerapan pendidikan ekonomi kreatif dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan tingkatan pendidikan dan kondisi riil dari peserta didik maupun situasi lingkungannya, dan secara sistematis terpadu, serta penuh komitmen dan disiplin dari lembaga, pendidik dan stakeholder sekolah atau lembaga pendidikan agar seluruh program dan agenda pendidikan ekonomi kreatif dapat terselenggara dengan optimal.

B. Prasyarat penerapan metode pendidikan ekonomi kreatif

1. Keberadaan pendidik yang memiliki kompetensi dan karakter yang mendukung pengembangan jiwa kreatif anak yang meliputi unsur-unsur sebagai berikut:
 - a. Karakter pendidik kreatif
 - 1) Mampu menjadi role model sebagai teladan kreativitas.

- 2) Mampu mengembangkan sikap dan perilaku yang mendukung pengembangan jiwa kreatif yang terwujud dalam bentuk sikap dan perilaku positif, inspiratif, bersahabat, motivasional, memberi stimulasi yang menyenangkan, serta terlibat dalam proses pengembangan diri anak terutama jiwa kreatifnya.
 - b. Kompetensi pendidik yang memadai yang meliputi kecakapan dalam hal-hal sebagai berikut:
 - 1) Melaksanakan metode pendidikan kreatif dengan sebaik-baiknya.
 - 2) Mengendalikan pelaksanaan metode pendidikan kreatif dengan disiplin dan berkomitmen terhadap pencapaian hasil yang bermakna.
 - 3) Melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai pendidik yang kreatif.
2. Keberadaan lingkungan yang mendukung berkembangnya jiwa kreatif anak yang meliputi unsur-unsur sebagai berikut:
 - a. Lingkungan sosial dalam sekolah atau lembaga pendidikan (pendidik, tenaga penunjang, seluruh peserta didik, dan lain-lain).
 - b. Lingkungan fisik yang inspiratif di mana tata letak dan tata ruang disesuaikan dengan aspirasi kreatif peserta didik atau kelompok peserta didik atau dari pihak pendidik.
 3. Perangkat penunjang pendidikan seperti tata tertib sekolah, sistem manajemen sekolah, serta sistem pendukung lainnya secara bersama di arahkan untuk mendukung pengembangan jiwa kreatif peserta didik.
 4. Hubungan yang interaktif antara pihak sekolah dan pihak rumah dalam penerapan aktivitas yang menunjang pengembangan jiwa kreativitas peserta didik.

C. Teknik/metode pendidikan ekonomi kreatif

1. Penciptaan atmosfer kreatif
Penciptaan atmosfer kreatif dimaksudkan untuk menghadirkan suasana yang merangsang munculnya kreativitas. Suasana yang kondusif dapat dihadirkan melalui optimalisasi fungsi dari tiga unsur berikut ini:
 - a. Pendidik yang berperan sebagai teladan kreatif (*creative role model*).
 - b. Pendidik mengembangkan komunikasi kreatif yang berorientasi pada stimulasi pemikiran dan perilaku kreatif anak. Komunikasi kreatif meliputi sekurangnya lima perilaku komunikasi yaitu melayani, merangsang, menerima, mendukung dan mempromosikan.
2. Lingkungan fisik
 - a. Sekolah : ruang /infrastruktur di lingkungan sekolah yang dapat menstimulasi peserta didik melalui kelima inderanya untuk menjadi *curious*, berpikir kritis, berpikir kreatif bahkan juga berkreasi dalam segala bentuk/ konten.
 - b. Di luar sekolah : ruang /infrastruktur di lingkungan luar sekolah, misalnya taman, gedung gedung, lapangan, rumah, fasilitas publik, play-ground , infrastruktur dan lain sebagainya yang dapat menjadi area berinteraksi peserta didik sehingga melalui kelima inderanya menstimulasi peserta didik untuk menjadi *curious*, berpikir kritis, berpikir kreatif bahkan juga berkreasi dalam segala bentuk/ konten.
3. Lingkungan non fisik
Semua bentuk sikap, reaksi, tingkah laku dari pendidik, tenaga kependidikan dan di lingkungan rumah yang menumbuhkan rasa senang, rasa dihargai, rasa bangga, rasa berhasil, rasa sanggup pada siswa akan hasil pemikiran, gagasan, ide, dan perilaku pelakunya.
4. Pengajaran dan pembelajaran kreatif (*teaching and learning creativity*)

Sasaran dari pengajaran dan pembelajaran kreatif adalah melakukan perubahan sikap dari non kreatif menjadi kreatif dalam proses berpikir dan dalam perilaku. Peserta didik diharapkan dapat mencapai perubahan sikap itu melalui proses pembelajaran yang tepat, baik dalam modul maupun metode pembelajarannya. Sikap orang yang kreatif ditandai oleh terbentuknya sejumlah karakter, misalnya rasa ingin tahu yang kuat untuk memperoleh jawaban akan segala hal yang diamati dan dipikirkannya, keterbukaan sikap dan pandangan akan segala fenomena yang diamati (open minded), tekun, motivasi intrinsik yang kuat dan memiliki daya tahan (endurance) untuk terus berpikir sampai mencapai hasil pemikiran misalnya berupa gagasan atau produk nyata, fleksibel artinya lincah berpikir dari satu isi ke isi pemikiran lainnya, lancar dan mudah menghasilkan ide yang

mengalir, menggunakan cara berpikir lateral atau divergen.

5. Penciptaan wahana kreatif

Penciptaan wahana kreatif menjadi sangat penting karena dapat berfungsi sebagai stimulan yang terus menerus hadir dan menggugah peserta didik untuk berkreasi. Hal itu dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Penyediaan institusi dan event kreatif
- b. Pemberian penghargaan atas kreativitas

KESIMPULAN

Pembelajaran ekonomi kreatif perlu diajarkan di Sekolah Menengah Atas (SMA). Pembelajaran ekonomi kreatif khususnya di tingkat SMA membutuhkan praktek secara langsung dengan cara peserta didik aktif di sektor ekonomi kreatif. Praktek/penerapan ekonomi kreatif di SMA sangat mungkin dilakukan berdasarkan metodologi pendidikan ekonomi kreatif. Manfaat yang diperoleh dari pembelajaran ekonomi kreatif adalah peserta didik mengalami perubahan perilaku sesuai nilai ekonomi kreatif dan mampu

menghasilkan karya yang bernilai ekonomi dan layak jual.

Untuk mendukung hal tersebut, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang proses pembelajaran ekonomi kreatif di SMA sebagai gambaran secara teknis pelaksanaan pembelajarannya sehingga dapat dijadikan contoh penerapan pembelajaran ekonomi kreatif di sekolah lain dengan kondisi yang hampir sama. Maka penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif agar memperoleh hasil yang mendalam dan dapat dijelaskan secara deskriptif.

DAFTAR RUJUKAN

- Afiff, Faisal. 2012. *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. (Online), (<http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Kewirausahaan-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf>), diakses 15 Februari 2016.
- Budiono, Arief. 2015. *Pengembangan Skenario Pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan Berbasis Pengalaman (Experiential Learning) Untuk Menumbuhkan Kreativitas (Studi pada Siswa Kelas XI KA 2 di SMK Negeri 7 Malang Tahun 2014/2015)*. Tesis Tidak Diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana UM.
- Cristina, Sava Diana & Alina, Badulescu. 2016. *The Major Influence of The Level of Education in The Creative Economy*. (Online), (<https://doaj.org/search#.V89-v1t97rc>) Diakses 16 Februari 2016.
- Depdagri. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Drifanda, Valdyan. 2015. *Analisis Perilaku Ekonomi Kreatif Siswa Sekolah Alternatif Qaryah Thayyibah Salatiga..* Tesis Tidak Diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana UM.
- Endang, Mulyani, Tejo, Nurseto, & Marzuki. 2013. *Evaluasi Implementasi Program Pendidikan Ekonomi Kreatif di Satuan Pendidikan SMA/SMK DIY*. (Online), (<http://eprints.uny.ac.id/23994/>), diakses 5 Agustus 2016
- Latuconsina, Hudaya. 2014. *Pendidikan Kreatif: Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Jaringan Dokumentasi Kementrian Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan Republik Indonesia. (Online), (<https://www.ekon.go.id/hukum/.../717/perpres-nomor-6-tahun-2015.pdf>), diakses 5 Januari 2016.
- Rasul, Djuharis. 2013. *Pelaksanaan Pendidikan Karakter, Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan dalam Belajar Aktif di SMK*. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. 19 (1), (Online), (http://scholar.google.co.id/scholar?start=10&q=ekonomi+kreatif&hl=id&as_sdt=0,5), diakses 8 Januari 2016.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suyono dan Hariyanto. 2015. *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.