

MODEL PENDIDIKAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KARAKTER SEBAGAI *BRIDGING COURSE* PEMBELAJARAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN

Sri Sumardiningsih, Endang Mulyani, Marzuki

FE Universitas Negeri Yogyakarta

email: sumardiningsih@yahoo.co.id

Abstrak

Artikel ini merupakan hasil penelitian tahun pertama dari dua tahun penelitian yang direncanakan. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan perangkat implementasi model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter yang terdiri atas silabus, RPP, dan bahan ajar serta mengembangkan seperangkat instrumen yang diperlukan untuk menilai model pendidikan ekonomi kreatif yang telah dikembangkan. Pengembangan model menggunakan *Four-D* yang meliputi *define, design, develop, dan disseminate*. Subjek penelitian adalah mahasiswa pengambil mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Pengumpulan data dilakukan dengan angket, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan teknik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) perangkat pembelajaran (silabus, RPP, dan bahan ajar pendidikan ekonomi kreatif) hasil pengembangan termasuk ke dalam kategori baik dan dapat digunakan dengan sedikit revisi; 2) perangkat instrumen penilaian model pendidikan ekonomi kreatif hasil pengembangan (instrumen penilaian silabus, RPP, bahan ajar, penilaian kreativitas mahasiswa, dan penilaian keterlaksanaan model) termasuk dalam kategori “baik” dengan sedikit revisi.

Kata Kunci: model pendidikan ekonomi kreatif, *bridging course*, kewirausahaan

OF CREATIVE ECONOMICS EDUCATION MODEL BASED ON CHARACTERS AS A BRIDGING COURSE TO THE ENTREPRENEURSHIP

Abstract

This article is a research report of the results of the first-year of the two-year planned study. The aim of the study is to develop a set of an implementation model of creative economics educational model based on characters consisting of a syllabus, lesson plan, instructional material, and evaluation instrument. The development of the model uses the *Four-D* technique which consists of *define, design, develop, and disseminate*. The subjects of the study are students of the entrepreneurship class at Yogyakarta State University (YSU). Data are collected by way of questionnaire, observation, and documentation. The data are analysed using the descriptive technique. Research findings show that; 1) the learning set (syllabus, lesson plan, and creative economics instructional material) is considered to be in the good category and can be used with minor revisions; 2) the evaluation instrument set for the creative economics educational model (evaluation instruments for syllabus, lesson plan, instructional material, students' creativities, and model feasibility) is in the good category with minor revisions.

Keywords: creative economics educational model, *bridging course*, entrepreneurship

PENDAHULUAN

Dalam upaya menyiapkan warga bangsanya menghadapi tantangan kehidupan (ekonomi) yang mengglobal, Pemerintah Indonesia telah menetapkan pelbagai kebijakan sebagai landasan hukum yaitu INPRES No 6 tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif dan INPRES No 1 tahun 2010 berkaitan dengan pendidikan karakter (jati diri) bangsa. Melalui INPRES No 6 tahun 2009, Pemerintah mengharapkan ekonomi kreatif sebagai salah satu diantara tulang punggung ekonomi nasional. Beberapa hal yang dapat dipahami sebagai pertimbangan kebijakan tersebut adalah: *Pertama*, ekonomi kreatif telah menunjukkan potensi signifikan terhadap penciptaan dan penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan ekonomi, sekitar 6 juta orang di Uni Eropa bekerja dalam industri kreatif (Puchta et al, 2010: 23). Industri kreatif ini memberikan pendapatan sebesar 650 milyar, sebesar 2,6% dari GDP Eropa (Puchta, et. al., 2010: 23). *Kedua*, Indonesia memiliki potensi ekonomi kreatif yang memberikan kontribusi ekonomi dan dampak sosial. Misalnya terdapat sekitar 7.391.642 orang bekerja dalam industri kreatif (Kementrian Perdagangan Indonesia, Statistik penyerapan tenaga di 14 bidang ekonomi kreatif 2002-2008). *Ketiga*, Ekonomi kreatif dapat meningkatkan citra dan identitas suatu bangsa dalam kerangka *Nation Branding*. Citra adalah kesan dan persepsi yang diterima oleh seseorang ketika melihat mendengar dan merasakan sesuatu tentang Indonesia. Citra dapat dibangun melalui peningkatan ekspor produk kreatif Indonesia, menandakan kreativitas bangsa Indonesia semakin diperhitungkan.

Ekonomi kreatif digerakan oleh insan kreatif (Howkins, 2002; Florida, 2005; Lauter, 2009). Insan kreatif menghasilkan karya kreatif yang *tangible* dan *intangibile*, yang mampu membangun karakter bangsa. INPRES No. 1 tahun 2010 sebagai payung hukum lanpendidikan karakter seyogyanya menjadi

payung utama pendidikan ekonomi kreatif. Meski secara epistemologis ‘pendidikan ekonomi kreatif’ masih belum memiliki landasan yang kuat, potensi ekonomi kreatif dapat menjadi dasar untuk mengembangkan pendidikan ekonomi kreatif sebagai bidang kajian yang prospektif. Oleh sebab itu, untuk mendukung landasan epistemologi kajian dan pengujian yang serius dan intensif diperlukan, sehingga kehadiran ‘pendidikan ekonomi kreatif’ dalam dunia pendidikan dapat kokoh. Hal ini akan menjadi agenda tersendiri terutama bagi dunia perguruan tinggi.

Untuk mengembangkan insan kreatif, disamping INPRES No 6 tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif, dalam tujuan pendidikan nasional sebagaimana tertuang dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003 menyebutkan “ Membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.” Rumusan tujuan pendidikan nasional tersebut sudah sangat ideal dan sarat dengan isu-isu pendidikan karakter termasuk kreativitas. Dilihat dari tujuan Pendidikan Nasional, Indonesia telah memiliki landasan hukum yang kokoh untuk menjadikan pendidikan karakter termasuk mengembangkan karakter, sikap, dan perilaku kreatif sebagai isu penting (prioritas). Namun di dalam kurikulum Perguruan Tinggi nampaknya pendidikan ekonomi kreatif belum mendapatkan perhatian yang memadai.

Mulai tahun 2010, UNY telah menetapkan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah univesiter, yang mana setiap program studi memasukkan mata kuliah kewirausahaan. Pembelajaran mata kuliah kewirausahaan berorientasi pada pengembangan karakter dan perilaku wirausaha. Di dalam realita hasil pembelajaran kewirausahaan masih belum dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan terutama terkait dengan ketercapaian kompetensi

perilaku wirausaha, hal ini disebabkan karena beberapa faktor. Salah satu faktor penting yang menyebabkan belum tercapainya tujuan pembelajaran kewirausahaan terkait dengan kemampuan berperilaku wirausaha adalah karena rendahnya keativitas mahasiswa. Rendahnya kreativitas mahasiswa terutama kretivitas dalam bidang ekonomi menyebabkan mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam hal mencari peluang usaha. Oleh karena itu dalam rangka menunjang keberhasilan pembelajaran mata kuliah kewirausahaan, pada langkah awal perlu dimasukkan pendidikan ekonomi kreatif sebagai *bridging course* pembelajaran kewirausahaan. Dengan demikian diharapkan sebelum pembelajaran inti kewirusahaan, mahasiswa sudah tergarap kreativitasnya sehingga akan sangat membantu dalam penentuan peluang usaha dan dalam pengembangan usaha maupun dalam mengikuti pembelajaran.

Terkait dengan hal tersebut, maka permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan model pendidikan ekonomi kreatif sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Model merupakan perangkat dan prosedur untuk mengimplementasikan pendidikan ekonomi kreatif. Secara khusus permasalahan yang diangkat di dalam penelitian ini meliputi perangkat apa saja yang perlu dikembangkan dalam pendidikan ekonomi kreatif, dan perangkat instrumen apa sajakah yang perlu dikembangkan untuk menilai model. Tujuan pengembangan model pendidikan ekonomi kreatif adalah membangun motivasi dan sikap keingintahuan (*curiosity*), cara berpikir yang kritis, bertindak kreatif, melakukan inovasi, sehingga menghasilkan penemuan-penemuan (*invention*) yang dapat bermanfaat secara langsung dalam kehidupan. Melalui ‘pengembangan pendidikan ekonomi kreatif’ diharapkan akan terbentuk insan yang memiliki: 1) motivasi intrinsik, 2) sikap keingintahuan (*curiosity*), 3) cara berpikir yang kritis, 4) bertindak kreatif, dan

melakukan inovasi, sehingga menghasilkan penemuan-penemuan (*invention*) yang dapat bermanfaat secara langsung didalam kehidupan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan pendekatan *Research and Development* yakni suatu rangkaian kegiatan penelitian Pengembangan Model Pendidikan Ekonomi Kreatif Sebagai *Bridging Course* Mata Kuliah Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Model pengembangan dalam penelitian ini menggunakan *four-d model* (Thiaragajan, 1994). Adapun alur pengembangan modelnya dapat dilihat pada Gambar 1.

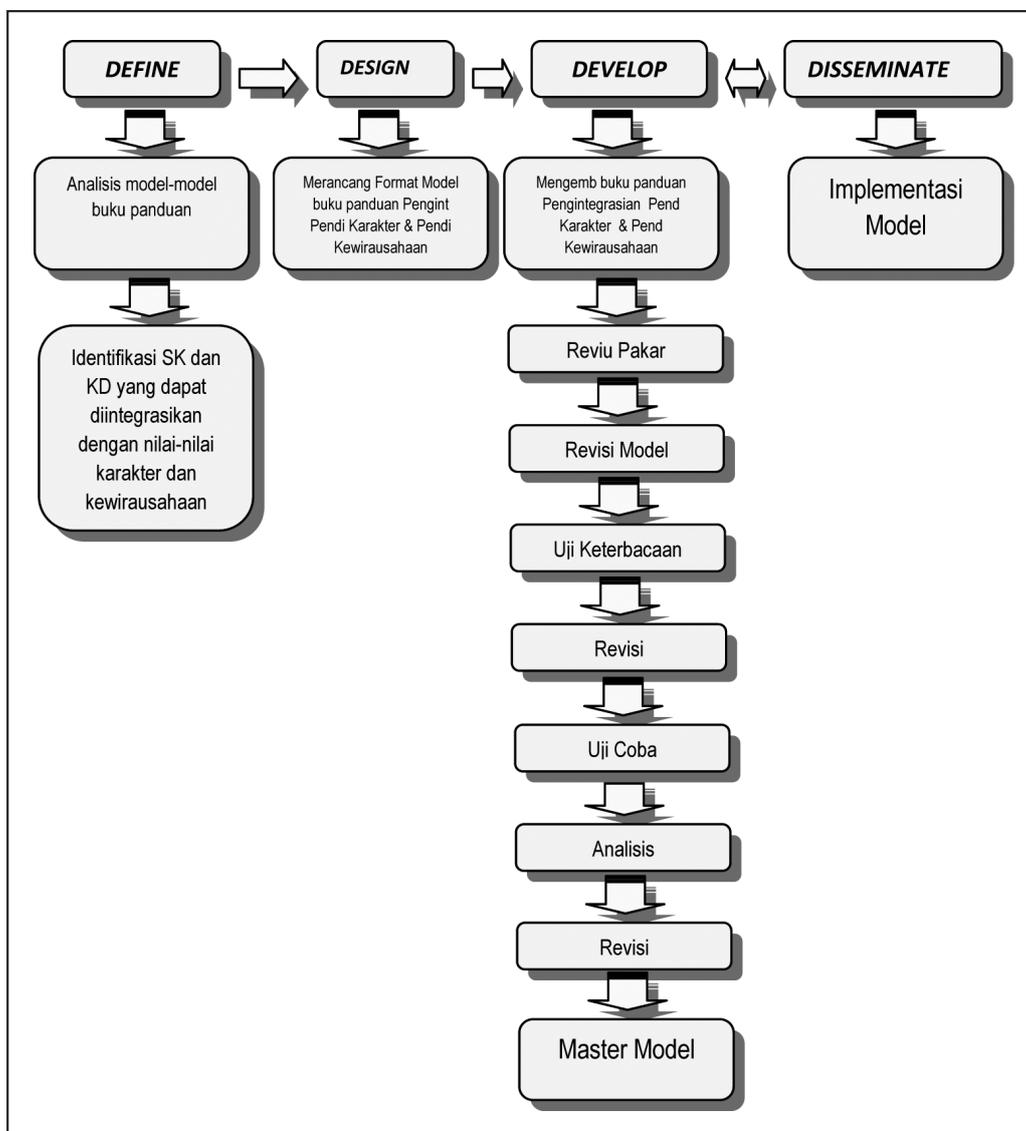
Tahap-tahap pengembangan di atas dioperasionalkan ke dalam kegiatan sebagai berikut.

Pertama, analisis teori tentang model-model pendidikan ekonomi kreatif, analisis silabus mata kuliah kewirausahaan, pendidikan karakter, dan pendidikan kewirausahaan. Kedua, mengembangkan draf model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Ketiga, mengembangkan perangkat yang diperlukan dalam implementasi model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Keempat, mengembangkan instrumen penilaian pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Kelima, mengembangkan silabus dan RPP pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter. Keenam, mengembangkan bahan ajar pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter. Ketujuh, mengembangkan media pembelajaran pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter. Kedelapan, uji pakar draf model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Kesembilan, analisis hasil uji pakar draf model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai

bridging course mata kuliah kewirausahaan. Kesepuluh, revisi draf model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Kesebelas, mengembangkan artikel yang akan diterbitkan dalam jurnal nasional terakreditasi.

Subjek penelitian ini adalah empat program studi yang mewakili empat sebagian program studi (program studi Pendidikan Ekonomi, Administrasi Perkantoran,

Kimia dan Teknik Elektro) yang mewakili empat fakultas di lingkungan UNY, yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas MIPA dan Fakultas Teknik. Setiap program studi melibatkan 1 dosen dan 1 kelas mahasiswa pengambil mata kuliah kewirausahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi. Data di analisis secara diskriptif dengan menggunakan analisis distribusi frekuensi, rerata, dan presentase.



Gambar 1. Alur Pengembangan Model Pendidikan Ekonomi Kreatif sebagai *Bridging Course* Mata Kuliah Kewirausahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ada dua unsur penting dalam variabel penelitian ini yaitu pendidikan ekonomi kreatif, dan pendidikan karakter. Bagi praktisi profesional, kreativitas didefinisikan dengan membuat sesuatu yang baru (*novel*), yang memungkinkan seseorang mendapatkan solusi inovatif atau unik (Weintraub, 1998). Menurut Levit, kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda. Menurut Levit, kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru (*thinking new thing*). Berdasarkan penelitian di Harvard University Amerika Serikat (Kent, 1990; Zohar et al., 2004; Luthan et al., 2007) ternyata kesuksesan seseorang tidak ditentukan semata-mata oleh pengetahuan dan kemampuan teknis saja, tetapi lebih oleh kemampuan mengelola diri dan orang lain. Penelitian ini mengungkapkan, kesuksesan hanya ditentukan sekitar 20 persen oleh *hard skill* dan sisanya 80 persen oleh *soft skill*. Oleh karena itu dikembangkan pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter.

Model merupakan seperangkat prosedur untuk mengaplikasikan pendidikan ekonomi kreatif. Pendidikan ekonomi kreatif yang dimaksud adalah pendidikan ekonomi kreatif yang dapat digunakan sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan dan berbasis karakter. Sebelum pembelajaran kewirausahaan, diharapkan ada pembelajaran ekonomi kreatif, tujuannya adalah agar saat pembelajaran kewirausahaan mahasiswa sudah memiliki bekal kreatifitas untuk menentukan ide bisnis yang baik. Selain itu pendidikan ekonomi kreatif ini berbasis karakter yakni bermaksud untuk menanamkan nilai-nilai karakter seperti nilai religi, tanggungjawab, mandiri, dan lainnya ke dalam diri mahasiswa. Keterkaitan antara pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter dengan mata kuliah kewirausahaan adalah bahwa untuk menjadi wirausaha sukses selain dibutuhkan kreativitas yang tinggi juga dibutuhkan nilai/karakter kepribadian yang baik.

Berdasarkan analisis teori tentang model-model pendidikan ekonomi kreatif, analisis silabus mata kuliah kewirausahaan, pendidikan karakter, dan pendidikan kewirausahaan, maka dilakukan tahap *disain* model pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi. Hasil disain model digambarkan dalam model hipotetik dapat dilihat pada Gambar 2.

Model pendidikan ekonomi kreatif yang dikembangkan di fokuskan untuk digunakan sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan diperguruan tinggi khususnya di Universitas Negeri Yogyakarta. Pengembangan model didasarkan pada peta kreativitas mahasiswa, kurikulum mata kuliah kewirausahaan di UNY, konsep pendidikan ekonomi kreatif, dan pendidikan karakter. Materi pengembangan model meliputi tiga kompetensi dasar yaitu Menumbuhkan Ide Kreatif, Memunculkan Produk Kreatif, dan Mengembangkan Desain Produk Kreatif. Ketiga kompetensi tersebut dikembangkan dalam seperangkat model pendidikan ekonomi kreatif yaitu silabus, RPP, media pembelajaran, bahan ajar pendidikan ekonomi kreatif, dan instrument penilaian model. Pengembangan perangan tersebut di integrasikan nilai-nilai karakter yang relevan. Outcome yang diharapkan dari implementasi model ini adalah semakin meningkatnya Kreativitas Mahasiswa dalam Mata Kuliah Kewirausahaan sehingga mampu menghasilkan ide bisnis dan produk yang kreatif dan bernilai jual tinggi.

Konsep model pendidikan ekonomi kreatif sebagaimana telah dikembangkan dalam model hipotetik tersebut diimplementasikan kedalam seperangkat model yakni terdiri dari silabus, RPP, Bahan Ajar yang berbentuk modul, dan instrument penilaian model. Beberapa perangkat tersebut pada tahun pertama penelitian telah berhasil dikembangkan hingga tahap uji coba pakar. Hasil pengembangan perangkat model adalah sebagai berikut:

Silabus

Silabus yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah silabus pendidikan ekonomi kreatif berbasis karakter yang digunakan sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Hasil penilaian silabus nampak pada Tabel 1.

Dari hasil penilaian pakar tentang silabus pada tabel di atas, secara umum dapat dikatakan termasuk dalam kategori baik dengan sedikit revisi. Revisi terletak pada aspek perorganisasian materi dan penilaian hasil belajar. Materi dalam silabus lebih disesuaikan dengan substansi pendidikan ekonomi kreatif dan materi lebih di tekankan pada kreatifitas secara praktis dan bukan sekedar teori. Sedangkan revisi terkait dengan penilaian bahan ajar, yakni belum ada rubrik penilaian tentang nilai karakter. Setelah divalidasi dan dilakukan revisi, maka silabus ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun RPP.

RPP

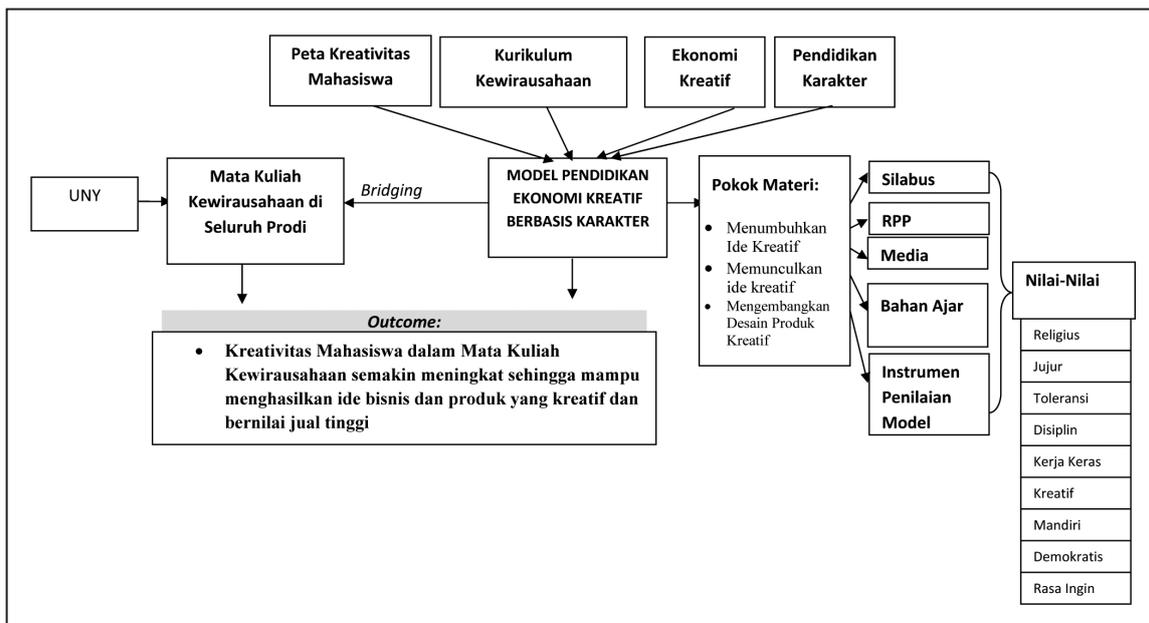
Hasil Analisis Uji Pakar RPP yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah

RPP pendidikan ekonomi kreatif yang berbasis karakter. Pendidikan ekonomi kreatif digunakan sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan sehingga penyusunan RPP ini diarahkan untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa pendidikan sebelum pembelajaran kewirausahaan. Silabus dapat dilihat pada lampiran, hasil penilaian silabus nampak pada Tabel 2. RPP ini divalidasi oleh tiga orang validator. Hasil penilaian RPP adalah sebagai berikut.

Dari hasil penilaian pakar tentang RPP pada tabel di atas, secara umum dapat dikatakan termasuk dalam kategori baik dengan sedikit revisi. Revisi terletak pada aspek bahasa. Setelah divalidasi dan dilakukan revisi, maka RPP ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pelaksanaan pembelajaran.

Bahan Ajar

Bahan ajar yang dikembangkan berupa modul pendidikan ekonomi kreatif sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan. Dalam proses pengembangan modul divalidasi oleh pakar dan sudah di ujicobakan pada skala terbatas yakni kepada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, Universitas Negeri



Gambar 2. Model Hipotetik Pengembangan Model Pendidikan Ekonomi Kreatif

Yogyakarta. Data hasil uji pakar dan uji keterbacaan mahasiswa bahan ajar antara lain dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Penilaian setiap aspek bahan ajar secara keseluruhan yakni aspek isi/materi, aspek penyajian, aspek kebahasaan, dan aspek tampilan layak digunakan karena lebih dari kategori “Baik”. Untuk analisis lebih lanjut maka dapat dilakukan perbandingan rerata skor penilaian antara ke empat aspek tersebut.

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, terlihat jelas bahwa aspek materi/isi memperoleh skor paling tinggi yaitu sebesar 85,56% dari skor ideal. Berdasarkan penilaian pakar aspek isi/materi inilah yang termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Aspek berikutnya adalah aspek kebahasaan, aspek tampilan, dan aspek penyajian. Aspek penyajian memperoleh penilaian yang paling rendah dibandingkan dengan aspek yang lainnya.

Tabel 1. Hasil Analisis Uji Pakar Pengembangan Silabus

No.	Uraian	Penilaian			Rata/ Aspek	Keterangan
		1	2	3		
1.	Perumusan indikator keberhasilan belajar	3	3	3	3	Baik
2.	Pemilihan & pengorganisasian materi pembelajaran	3	3	3	3	Baik
3.	Pemilihan sumber belajar/media pembelajaran	3	3.33	3	3.11	Sangat Baik
4.	Skenario pembelajaran	3	3	3	3	Baik
5.	Penilaian hasil belajar	3	3	3	3	Baik
6.	Penggunaan bahasa	3	3	3	3	Baik
7.	Penilaian secara umum	Baik				Dapat digunakan dengan sedikit revisi

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 2. Hasil Analisis Uji Pakar Pengembangan RPP

No.	Uraian	Penilaian			Rata/ Aspek	Keterangan
		1	2	3		
1.	Perumusan indikator keberhasilan belajar	3	3	3	3	Baik
2.	Pemilihan dan pengorganisasian materi pembelajaran	3	3	3	3	Baik
3.	Pemilihan sumber belajar/media pembelajaran	3	3	3	3	Baik
4.	Skenario/kegiatan pembelajaran	3	3	3	3	Baik
5.	Penilaian hasil belajar	3	4	3	3.33	Sangat Baik
6.	Penggunaan bahasa	3	3	4	3.33	Sangat Baik
7.	Penilaian secara umum	Baik				Dapat digunakan dengan sedikit revisi

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan kedua tabel terlihat bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara penilaian pakar dengan penilaian mahasiswa. Perbedaan yang cukup besar berada pada aspek isi/materi dimana pada aspek ini penilaian pakar lebih tinggi dari penilaian mahasiswa. sebagian besar hasil penilaian berada pada kategori “Baik” sehingga bahan ajar yang telah dikembangkan sejauh ini dikatakan layak untuk digunakan dalam

perkuliahan kewirausahaan meskipun masih ada berbagai revisi.

Setelah Silabus dan RPP dinilai pakar dan dinyatakan dapat digunakan, selanjutnya model tersebut digunakan untuk mengumpulkan data tentang keterlaksanaan model pendidikan ekonomi kreatif di perguruan tinggi. Keterlaksanaan model dinilai oleh dua orang observer. Observer adalah dosen mata kuliah kewirausahaan, uji

Tabel 3. Rata-Rata Skor Tiap Aspek Penilaian Bahan Ajar Oleh Pakar

No	Aspek Penilaian	Skor Maksimal	Rerata Skor	Presentase (%)	Kategori
1	Aspek Isi/Materi	90	77	85.56	Sangat Baik
2	Aspek Kebahasaan	50	37.5	75	Baik
3	Aspek Penyajian	70	49.5	70.71	Cukup
4	Aspek Tampilan	50	37.0	74	Baik

Sumber: Data yang diolah

Tabel 4. Rata-Rata Skor Tiap Aspek Penilaian Bahan Ajar Oleh Mahasiswa

No	Aspek Penilaian	Skor Maksimal	Uji Terbatas	Presentase (%)	Kategori
1	Aspek Isi/Materi	60	43.5	72.42	Baik
2	Aspek Kebahasaan	35	25.9	74.03	Baik
3	Aspek Penyajian	60	43.6	72.65	Baik
4	Aspek Tampilan	50	35.8	71.64	Baik

Tabel 5. Hasil Keterlaksanaan Model Pendidikan Ekonomi Kreatif Pada Uji Terbatas (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi)

No.	Pengamatan Keterlaksanaan Model	Observer	Rata-rata/Aspek	Rata-rata/observer	Keterangan
1	Pengamatan pertama	1	3,30	3,15	Sangat Baik
		2	3		
2	Pengamatan kedua	1	3	3	Baik
		2	3		
3	Pengamatan ketiga	1	3,30	3,25	Sangat Baik
		2	3,20		
4.	Penilaian secara umum		B		Dapat digunakan dengan sedikit revisi

coba terbatas telah dilakukan sebanyak tiga kali pertemuan di kelas A angkatan 2011, Jurusan Pendidikan Ekonomi. Berikut adalah hasil analisis data tentang keterlaksanaan model pendidikan ekonomi kreatif pada uji coba terbatas.

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keterlaksanaan model diperoleh skor 3, berarti termasuk dalam kategori baik (dapat dilaksanakan).

SIMPULAN

Pengembangan model pendidikan ekonomi kreatif sebagai *bridging course* mata kuliah kewirausahaan dilakukan dengan terlebih dahulu mengembangkan model secara konseptual atau hipotetik, dan kemudian model tersebut digunakan sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan perangkat untuk mengimplementasikan model dan instrumen untuk menilai model.

Perangkat model pendidikan ekonomi yang dikembangkan antara lain silabus, RPP, dan Bahan ajar pendidikan ekonomi kreatif. Berdasarkan uji pakar, seperangkat model yang telah dikembangkan tersebut termasuk dalam kategori baik dan dapat digunakan dengan sedikit revisi.

Seperangkat instrumen penilaian model pendidikan ekonomi kreatif yang dikembangkan meliputi instrumen penilaian silabus, RPP, Bahan Ajar, dan penilaian kreativitas mahasiswa. Berdasarkan hasil penilaian pakar, instrumen penilaian model sebagian besar berkategori "Baik" sehingga dapat disimpulkan bahwa perangkat instrumen dapat digunakan meskipun ada revisi

DAFTAR PUSTAKA

Florida, R. 2005. *Cities and The Creative Class*. New York, London: Routhledge.

Howkins, J. 2002. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. England, New York: Clay Ltd.

Kent, C.A. 1990. *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. London, New York, Westport, Connecticut: Quorum Book

Lauter, T.P. 2009. *Special Education in a Creative Economy: The Role of Persons with Disabilities* Final Paper for GSE course, EPS 590: Education, Entrepreneurship and Creativity in the Global Knowledge Economy . Illinois: University of Illinois.

Luthans, Fred; Youssef, Carolyn M; Avollo, Bruce J. 2007. *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Puchta, D., et.al. 2010. *The Berlin Creative Industries: An Empirical Analysis of Future Key Industries*. Germany: Gabler Verlag.

Thiagarajan, S. 1994. "How I Designed a Game - and Discovered the Meaning of Life." *Simulation & Gaming*, 25, 529-535.

Weintraub, Sandra. 1998. *The Hidden Intelligence: Innovation through Intuition*. Oxford, Melbourne, New Delhi, Singapore, Johannesburg: Heinemann.

Zohar, Danah; Marshall, Iain. 2004. *Spiritual Capital: Wealth We Can Live By*. San Francisco, California: Berrett-Koehler Publishers, Inc