



POTENSI PENGEMBANGAN KAUM MILENIAL MELALUI EKONOMI KREATIF DENGAN PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN PADA SMAS BATARA KABUPATEN GOWA

Misrah
Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia

Article Information

Article history:

Received August 18,
2023

Approved August 28,
2023

Keywords:

Creative Economy,
Digital Economy,
Entrepreneurship,
Economic
Development,
Millennials

ABSTRACT

This article discusses the potential for SMAS Batara, Gowa Regency, to foster the development of the millennial generation through the creative economy and entrepreneurship. The creative economy is a novel economic concept that emphasizes the role of information, creativity, and human resources in the production and growth of the economy. Utilizing extant knowledge, cultural heritage, and technology, the creative economy can contribute significantly to the national economy and generate value. Good planning and organization, government support, the creation of jobs, and research and development can all contribute to the growth of the creative economy. Human resources play a crucial role in the creative economy, and their development is possible through education, training, and the application of technology. Generation Y has the potential to fuel economic growth through the creative economy, and their participation can be encouraged through education, support, empowerment, and the development of creative ecosystems. The implementation of seminars and similar activities can help millennials develop their entrepreneurial skills and knowledge, allowing them to participate actively in the economy. However, students' understanding of the creative economy is still deficient. Economic and entrepreneurship education must be enhanced in order to foster creativity and innovation among students. In the creative economy, millennials must develop skills, innovate, create networks, prioritize sustainability, become entrepreneurs, take risks, and leverage technology.

ABSTRAK

Artikel ini membahas potensi pengembangan generasi milenial melalui ekonomi kreatif dan penguatan kewirausahaan di SMAS Batara Kabupaten Gowa. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi baru yang menekankan peran informasi, kreativitas, dan sumber daya manusia dalam produksi dan ekspansi ekonomi. Ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional dan menciptakan nilai melalui pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi yang ada. Pengembangan ekonomi kreatif dapat didukung oleh perencanaan dan organisasi yang baik, dukungan pemerintah, penciptaan lapangan kerja, dan penelitian dan pengembangan. Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam ekonomi kreatif, dan pengembangannya dapat dicapai melalui pendidikan, pelatihan, dan penggunaan teknologi. Generasi milenial memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui ekonomi kreatif, dan keterlibatan mereka dapat difasilitasi melalui pendidikan, dukungan, pemberdayaan, dan pengembangan ekosistem kreatif. Implementasi workshop dan kegiatan serupa dapat membantu generasi milenial mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam kewirausahaan dan berpartisipasi aktif dalam ekonomi. Namun, masih ada kekurangan dalam pemahaman siswa tentang ekonomi kreatif. Pendidikan ekonomi dan kewirausahaan perlu ditingkatkan untuk membangun kreativitas dan inovasi siswa. Generasi milenial perlu mengembangkan keterampilan, berinovasi, membangun jaringan, fokus pada keberlanjutan, menjadi wirausaha, mengambil risiko, dan memanfaatkan teknologi dalam ekonomi kreatif.

© 2023 EJOIN

**Corresponding author email: misrahsosimm@gmail.com*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi baru yang menyoroti peran informasi, kreativitas, dan sumber daya manusia (SDM) dalam produksi dan perluasan perekonomian. John Howkins menciptakan istilah "ekonomi kreatif" pada tahun 2001, dan sejak itu istilah ini menjadi terkenal dalam diskusi ekonomi global. Pada dasarnya, ekonomi kreatif mencakup penggunaan ide-ide kreatif, bakat, dan keterampilan untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai ekonomi. Ini mencakup industri seperti seni, desain, periklanan, arsitektur, film, musik, media digital, video game, mode, dan kerajinan tangan. Selain kegiatan di sektor kreatif tradisional seperti penerbitan, seni pertunjukan, dan warisan budaya, ekonomi kreatif mencakup kegiatan di sektor kreatif tradisional. (Sari, 2018b).

Ekonomi kreatif berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional dan dapat menciptakan nilai tambah dengan basis pengetahuan, termasuk warisan budaya, dan teknologi yang sudah ada dari ide kreatif dan inovasi sampai ide kreatif terwujud menjadi karya kreatif yang dapat digunakan dan ada pasarnya. Karya kreatif Indonesia dapat mengangkat bangsa Indonesia di luar maupun membangun rasa bangga

di dalam negeri. Kreativitas dan inovasi juga menciptakan iklim usaha yang kondusif. Terdapat tujuh isu strategis yang menjadi potensi maupun tantangan yang perlu mendapatkan perhatian para pemangku kepentingan dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu ketersediaan sumber daya kreatif yang profesional dan kompetitif, ketersediaan sumber daya alam yang berkualitas, beragam, dan kompetitif, dan sumber daya budaya yang dapat diakses secara mudah, industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam, ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses dan kompetitif, perluasan pasar bagi karya kreatif, ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif dan kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif (Sari, 2018a).

Pengembangan ekonomi kreatif dapat ditunjang oleh beberapa faktor penting. Pertama, adanya perencanaan dan penataan yang baik dapat membantu industri ekonomi kreatif dalam menjual produk mereka baik di dalam maupun di luar negeri. Kedua, pemerintah memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Misalnya, Departemen Perdagangan Republik Indonesia telah berhasil memetakan 14 sektor industri kreatif yang berpotensi untuk dikembangkan. Ketiga, peningkatan lapangan kerja juga menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Data menunjukkan bahwa sektor ini mampu menyediakan pekerjaan untuk jutaan orang. Keempat, penelitian dan pengembangan juga menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Misalnya, Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) telah bekerja sama dengan lembaga kajian riset global untuk meneliti industri kreatif di Indonesia (Rahmi, 2018).

Sumber daya manusia mempunyai fungsi krusial dalam ekonomi kreatif. Untuk menghasilkan produk dan layanan yang inovatif dan kreatif, diperlukan tenaga kerja yang kreatif, kompeten, dan berpengetahuan tinggi. Kunci untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas di industri ini adalah dengan berinvestasi pada pendidikan dan pelatihan kreatif. Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi juga berperan penting dalam perluasan ekonomi kreatif. Internet dan media digital telah memberi para pencipta platform baru untuk pemasaran global dan distribusi karya mereka. Teknologi ini juga memfasilitasi kolaborasi dan komunikasi antar pelaku industri kreatif global. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang menekankan pentingnya informasi, kreativitas, dan sumber daya manusia dalam penciptaan nilai ekonomi. Integrasi elemen-elemen ini diharapkan dapat merangsang inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja di sektor kreatif (Noni et al., 2023).

Sumber daya manusia merupakan penggerak utama dalam menciptakan dan memasarkan produk-produk kreatif. Wilayah pedesaan memiliki keunikan tersendiri yang memungkinkan penciptaan produk kreatif yang hanya bisa diperoleh di wilayah tersebut. Dengan bantuan teknologi, produk-produk ini dapat dipasarkan secara luas. Namun, untuk mencapai hal ini, pelatihan dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia sangat diperlukan. Pelatihan ini dapat berfokus pada membangun brand image, menciptakan iklan yang menarik, dan memilih pasar yang tepat. Selain itu, pelatihan juga dapat membantu dalam menunjang usaha-usaha rumahan, dengan produk-produk yang mereka kreasikan. Ini merupakan bentuk usaha dalam membangun jiwa wirausaha, yang tidak terbatas pada orang tua saja, tetapi juga sangat baik untuk dilakukan dengan mengundang peserta yang lebih muda, atau siswa-siswa, untuk menumbuhkan jiwa wirausaha mereka (Agit et al., 2023).

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam konteks ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, melalui peningkatan kreativitas setiap individu. Ekonomi kreatif membicarakan spektrum yang sangat luas, yaitu segala aspek yang bertujuan meningkatkan daya saing dengan menggunakan kreativitas setiap individu yang

dilihat dari sisi ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan kreativitas individu dapat menjadi salah satu cara untuk mendorong kinerja ekonomi kreatif. Kedua, melalui pemberdayaan industri kreatif. Setiap daerah memiliki potensi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mendorong ekonomi kreatif. Misalnya, melalui pemberdayaan industri kerajinan bambu yang tidak hanya mampu membuat produk unggulan yang lebih kreatif dan bernilai guna, tetapi juga dapat mendorong perekonomian daerah. Ketiga, melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan yang berfokus pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam ekonomi kreatif. Misalnya, pelatihan dalam inovasi untuk meningkatkan nilai kerajinan bambu. Dan, Keempat, melalui kemitraan. Prinsip kemitraan yang mengandung prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat dan saling menguntungkan dapat menjadi salah satu cara untuk mendorong kinerja ekonomi kreatif. Misalnya, melalui kemitraan antara BUMN dengan UMKM (Malihah & Achiria, 2019).

Sebagai generasi penerus, kaum milenials memiliki banyak potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, baik secara lokal maupun internasional yang dapat dicapai melalui ekonomi kreatif, untuk mendorong peran milenial dalam ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui beberapa cara berikut (Murni & Rekha, 2021):

1. Pendidikan dan Pelatihan: Milenial perlu diberikan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan industri kreatif. Hal ini dapat mencakup pelatihan dalam bidang desain, teknologi, dan bisnis kreatif. Selain itu, pendidikan juga harus menekankan pada pengembangan kreativitas dan inovasi.
2. Fasilitasi dan Dukungan: Pemerintah dan lembaga terkait dapat memfasilitasi milenial dalam mengembangkan usaha kreatif mereka. Misalnya, melalui pemberian akses ke sumber daya, seperti modal dan teknologi, serta melalui pembuatan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.
3. Pemberdayaan dan Pengakuan: Milenial harus diberdayakan untuk berpartisipasi secara aktif dalam ekonomi kreatif. Ini dapat dilakukan melalui pengakuan dan apresiasi terhadap karya dan kontribusi mereka. Selain itu, mereka juga harus diberikan kesempatan untuk berkolaborasi dan berbagi ide dengan pelaku industri kreatif lainnya.
4. Pengembangan SDM: Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi sumber utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Diharapkan kedepannya SDM ini mampu membantu masyarakat dalam memenuhi pendapatan dalam rumah tangga melalui kreatifitas dalam menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual serta efektif dan efisien.
5. Membangun Ekosistem Kreatif: Membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif juga penting. Ini dapat mencakup pembuatan platform untuk berbagi ide dan kolaborasi, serta pembuatan pasar dan jaringan distribusi untuk produk dan layanan kreatif.

Berdasarkan refleksi ini, maka perlunya kegiatan-kegiatan yang dapat membantu kaum milenial untuk membangun dan mengembangkan keahlian dan keterampilannya sangat diperlukan, diantaranya dapat dilakukan dalam bentuk workshop, yang tidak bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di era digital yang kompetitif, lebih jauh, implementasi pengetahuan akan kewirausahaan, diharapkan dapat berperan sebagai investasi pada sumber daya manusia, untuk menjadi bekal dalam partisipasi aktifnya dalam kegiatan ekonomi baik dalam skala lokal, nasional, dan internasional.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan sebagai bentuk pemenuhan kewajiban tri dharma perguruan tinggi, yang diharapkan dapat

berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan, dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Kegiatan ini dilaksanakan pada SMAS Batara Kabupaten Gowa. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk workshop, yang sebelumnya telah dilakukan observasi akan kelayakan dan urgensi kegiatan workshop dengan tema kewirausahaan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan materi kepada siswa-siswa SMAS Batara Kabupaten Gowa, akan pentingnya kewirausahaan, selanjutnya disampaikan pula mengenai bentuk, peran penting, dan potensi ekonomi kreatif. Setelah menerima materi, kegiatan ini dilanjutkan dengan mengilustrasikan bentuk-bentuk potensial ekonomi kreatif di era digital, dan dilanjutkan dengan penjelasan akan tips dan trik, serta strategi untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis digital yang sangat kompetitif. Adapun rangkaian akhir dari kegiatan ini adalah, evaluasi akan kekurangan kegiatan ini, sebagai saran untuk pengembangan dan urgensi kegiatan-kegiatan serupa dimasa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melaksanakan kegiatan ini ditemukan beberapa temuan, yang diantaranya berhubungan dengan efektifnya kegiatan ini. Temuan setelah kegiatan ini dilaksanakan menunjukkan jiwa wirausaha siswa-siswa SMAS Batara Kabupaten Gowa yang telah terbentuk melalui influencer-influencer youtube dan tiktok, namun, banyak hal yang belum diketahui oleh para siswa sehingga dibutuhkan adanya kegiatan dengan tema penguatan kewirausahaan. Dalam proses penerimaan materi, antusiasme para peserta dapat dilihat dengan baik, dan berbeda dengan masyarakat umum, kaum milenial sangat memahami penggunaan teknologi untuk berwirausaha secara online, sehingga adanya kegiatan ini menambah wawasan, dan memberikan banyak tips, trik, dan strategi untuk dapat memaksimalkan upaya mereka untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi. Namun, kekurangan yang dapat diidentifikasi adalah, pemahaman siswa yang masih tidak mengetahui secara keseluruhan mengenai ekonomi kreatif, sehingga membatasi kegiatan yang mereka lakukan pada hanya "reseller" dan sejenisnya. Potensi dan bentuk usaha ekonomi kreatif kemudian menjadi wawasan tambahan, yang diharapkan dapat menutun para siswa untuk dapat menuangkan keahlian dan keterampilan pada bidang yang mereka sukai, dan menghasilkan keuntungan dari hobi tersebut.



Gambar 1. Proses Pelaksanaan Kegiatan PKM



Gambar 2. Sesi Akhir Kegiatan PKM

Hasil yang direfleksikan oleh kegiatan ini memvisualisasi kecakapan kaum milenials akan teknologi, dan potensi teknologi apabila digunakan dengan benar, lebih jauh, kaum milenial, memiliki keinginan untuk dapat bekerja secara mobile namun dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Sehingga, konversi hobi menuju usaha atau bisnis, merupakan bentuk paling umum yang dapat dimanifestasikan sebagai bentuk ekonomi kreatif. Berdasarkan kegiatan ini juga, diketahui bahwa kewirausahaan merupakan sebuah skill atau keahlian yang dapat berperan penting dalam memberikan kontribusi pada kegiatan ekonomi dari beberapa dimensi. Pendidikan ekonomi memainkan peran penting dalam era modern ini. Dalam konteks ekonomi kreatif, pengetahuan ekonomi dan pendidikan menjadi aspek penting dalam menentukan perilaku ekonomi, termasuk kesempatan kerja dan keputusan ekonomi lainnya. Pendidikan ekonomi juga membantu dalam membangun kompetensi kewirausahaan seperti kreativitas dan inovasi, yang merupakan penentu keberhasilan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap kreatif dari UKM dalam sub-sektor ekonomi kreatif. Ini menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi dapat membantu dalam membangun sikap kreatif dan inovatif yang diperlukan dalam ekonomi modern (Hasan, 2018).

Pendidikan ekonomi perlu adanya maksimalisasi pendidikan kewirausahaan. Proses pembelajaran kewirausahaan yang merupakan perpaduan antara teori dan praktek kewirausahaan akan memberikan pengaruh pada kesiapan seorang anak untuk berwirausaha. Tingkat ketuntasan kesiapan berwirausaha berhubungan dengan pengetahuan kewirausahaan. Oleh karena itu, siswa membutuhkan pengalaman dalam berwirausaha agar memiliki bekal ketika ingin berwirausaha]. Bagi siswa, pendidikan kewirausahaan dapat mengembangkan kesiapan berwirausaha. Bagi guru, diharapkan mampu menerapkan nilai-nilai pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan kesiapan berwirausaha terutama kematangan berwirausaha dan sikap mental berwirausaha agar siswa memiliki kesiapan dalam berwirausaha (Adha & Permatasari, 2021). Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan dan wawasan yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan nyata seperti menciptakan peluang wirausaha. Selain itu, pendidikan kewirausahaan juga dapat membantu mahasiswa untuk mendekatkan antara teori dengan praktik wirausaha di lapangan, sehingga mereka memiliki pengetahuan sekaligus pengalaman dalam merancang, mengembangkan dan

memajukan bidang usaha yang akan digelutinya. Pendidikan kewirausahaan juga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, minat berwirausaha bisa ditumbuhkan dengan pendidikan dan pelatihan. Dengan demikian, universitas melalui kurikulum pendidikan kewirausahaan diharapkan bisa mendorong pertumbuhan kewirausahaan. Selain itu, pendidikan kewirausahaan juga dapat membantu mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial dan teknologi digital dalam berwirausaha, yang merupakan hal yang sangat relevan dengan generasi milenial. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan dapat membantu generasi milenial untuk menjadi wirausahawan yang sukses dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif (Insana et al., 2022).

Era digital telah membuka peluang baru dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dengan adanya teknologi digital, sektor ekonomi kreatif memiliki potensi untuk berkembang lebih pesat dan mencapai pasar yang lebih luas. Pertama, teknologi digital memungkinkan individu dan bisnis untuk menciptakan produk atau jasa yang inovatif dan kreatif dengan lebih mudah. Misalnya, dalam bidang desain grafis, musik, film, dan penerbitan, teknologi digital telah mempermudah proses produksi dan distribusi. Kedua, teknologi digital juga memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dengan adanya internet dan media sosial, produk atau jasa yang dihasilkan oleh sektor ekonomi kreatif dapat dengan mudah diakses oleh konsumen dari berbagai belahan dunia. Ketiga, teknologi digital juga membantu dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam sektor ekonomi kreatif. Misalnya, dengan adanya software dan aplikasi digital, proses manajemen bisnis dan keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien (Masruroh & Suprianik, 2023). Ekonomi kreatif dikategorikan menjadi 17 sektor termasuk Seni Pertunjukan, Produk Desain, Kuliner, Fotografi, Arsitektur, Desain Interior, Film, Periklanan, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Musik, Fesyen, Penerbitan dan Pengembangan Permainan. Sektor-sektor ini menawarkan berbagai peluang bagi kaum milenial untuk mengeksplorasi dan berinovasi. Ekonomi kreatif ditandai oleh produk bernilai tinggi dan persaingan yang intens. Lingkungan ini mendorong kaum milenial untuk mengembangkan produk atau layanan yang unik dan berkualitas tinggi untuk menonjol di pasar. Ekonomi kreatif juga memungkinkan potensi peningkatan kapasitas industri kreatif melalui peningkatan kemitraan bisnis lokal dan internasional. Selain itu, ekonomi kreatif mendorong pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai banyak milenial yang semakin peduli tentang keberlanjutan dan dampak sosial. Selanjutnya, ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam menyelesaikan masalah pengangguran. Ekonomi ini mendorong individu untuk menciptakan pekerjaan bagi diri mereka sendiri dan orang lain, mendorong inovasi dan kreativitas. Hal ini sangat relevan bagi milenial, yang dikenal dengan semangat kewirausahaan dan pemikiran inovatif mereka (Supian & Hukom, 2023). Untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif, kaum milenial perlu memiliki beberapa strategi berikut:

1. Mengembangkan Keterampilan dan Pengetahuan: Kaum milenial perlu terus mengasah keterampilan dan pengetahuan mereka, terutama dalam bidang yang mereka minati. Mereka juga perlu memahami tren pasar dan teknologi terbaru yang relevan dengan industri mereka.
2. Berinovasi: Inovasi adalah kunci dalam ekonomi kreatif. Kaum milenial perlu terus mencari dan menciptakan ide-ide baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi produk atau layanan mereka.

3. **Membangun Jaringan:** Membangun jaringan dengan profesional lain dalam industri yang sama dapat membuka peluang baru. Jaringan ini dapat membantu dalam berbagi pengetahuan, mencari peluang bisnis, dan menciptakan kemitraan.
4. **Berfokus pada Keberlanjutan:** Kaum milenial perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dalam setiap keputusan bisnis mereka. Mereka perlu mencari cara untuk membuat bisnis mereka lebih berkelanjutan.
5. **Menjadi Wirausaha:** Banyak milenial memiliki semangat kewirausahaan. Mereka perlu memanfaatkan semangat ini untuk menciptakan pekerjaan bagi diri mereka sendiri dan orang lain. Ini tidak hanya dapat membantu dalam mengurangi pengangguran, tetapi juga dapat membantu dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.
6. **Mengambil Risiko:** Dalam ekonomi kreatif, mengambil risiko seringkali merupakan bagian dari proses. Kaum milenial perlu siap untuk mengambil risiko dan belajar dari kegagalan.
7. **Memanfaatkan Teknologi:** Teknologi memainkan peran penting dalam ekonomi kreatif. Kaum milenial perlu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, mencapai audiens yang lebih luas, dan menciptakan produk atau layanan yang unik untuk para konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pentingnya ekonomi kreatif dalam kontribusinya terhadap ekonomi nasional dan peran penting sumber daya manusia, khususnya generasi milenial, dalam industri kreatif. Disarankan pengembangan dan pemberdayaan sumber daya manusia melalui pelaksanaan workshop untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan. Selain itu, ditekankan juga pentingnya pendidikan ekonomi dan kewirausahaan dalam membangun kreativitas dan inovasi siswa. Meskipun telah ada kemajuan, seperti terbentuknya jiwa wirausaha melalui influencer YouTube dan TikTok, masih ada kekurangan, seperti pemahaman siswa yang terbatas tentang ekonomi kreatif. Oleh karena itu, sebagai saran, diperlukan adanya peningkatan pendidikan dan pemahaman tentang ekonomi kreatif, terutama di era digital ini. Berdasarkan refleksi dari kegiatan PKM ini, berikut beberapa saran untuk kegiatan PKM selanjutnya:

1. **Fokus pada Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan:** Kegiatan PKM selanjutnya harus lebih fokus pada pendidikan ekonomi dan kewirausahaan, karena ini merupakan aspek penting dalam menentukan perilaku ekonomi, termasuk kesempatan kerja dan keputusan ekonomi lainnya.
2. **Pemberdayaan dan Pengakuan:** Milenial harus diberdayakan untuk berpartisipasi secara aktif dalam ekonomi kreatif. Ini dapat dilakukan melalui pengakuan dan apresiasi terhadap karya dan kontribusi mereka.
3. **Pengembangan SDM:** Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi sumber utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Diharapkan kedepannya SDM ini mampu membantu masyarakat dalam memenuhi pendapatan dalam rumah tangga melalui kreatifitas dalam menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual serta efektif dan efisien.
4. **Membangun Ekosistem Kreatif:** Membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif juga penting. Ini dapat mencakup pembuatan platform untuk berbagi ide dan kolaborasi, serta pembuatan pasar dan jaringan distribusi untuk produk dan layanan kreatif.
5. **Workshop Kewirausahaan:** Kegiatan PKM selanjutnya dapat dilakukan dalam bentuk workshop, yang tidak hanya bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di era

digital yang kompetitif, tetapi juga implementasi pengetahuan akan kewirausahaan, diharapkan dapat berperan sebagai investasi pada sumber daya manusia, untuk menjadi bekal dalam partisipasi aktifnya dalam kegiatan ekonomi baik dalam skala lokal, nasional, dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adha, E., & Permatasari, C. L. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Kesiapan Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 60–71. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.21158>
- [2] Agit, A., Hasmawati, H., Sahurri, S., Yunus, S., & Syukri, F. (2023). Peran Dan Kontribusi Teknologi Dalam Menunjang Potensi Ekonomi Masyarakat Di Wilayah Pedesaan. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 263–272.
- [3] Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86. <http://ojs.unm.ac.id/JEKPEND>
- [4] Insana, D. R. M., Suseno, I., & Yolanda, Y. (2022). Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid 19. *Sosio E-Kons*, 14(1), 45–53. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.12058>
- [5] Malihah, N., & Achiria, S. (2019). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan Bambu. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 69–78.
- [6] Masruroh, N., & Suprianik, S. (2023). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Potensi Desa Melalui Pendidikan Ekonomi Kreatif. *Global Education Journal*, 1(2), 73–85.
- [7] Murni, S., & Rekha, R. (2021). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie). *JIMEBIS – Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, 2(1), 25–34. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i1.194>
- [8] Noni, S., Rijal, S., Kartini, E., Ridwan, M. S., Afiat, M. N., Rahmatullah, Nurmahdi, A., Kusnidar, A. A., Inanna, Ismail, K., Marhawati, Astuty, S., & Alamsyah. (2023). *Ekonomi Kreatif: Studi dan Pengembangannya* (1st ed.). Penerbit Tahta Media.
- [9] Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif Dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 9, 1386–1395.
- [10] Sari, N. (2018a). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Tradisional Jambi (Studi Kasus : Rengke Suku Anak Dalam). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(2), 138–148.
- [11] Sari, N. (2018b). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60.
- [12] Supian, R., & Hukom, A. (2023). Potensi Ekonomi Kreatif Dalam Mengatasi Pengangguran Di Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*, 2(2), 208–220.