

## **KERANGKA KERJA AFILIASI KEMITRAAN ANTARA UNIVERSITAS, UMKM, DAN BANK LOKAL: MODEL PENGEMBANGAN INDUSTRI EKONOMI KREATIF**

Catarina Wahyu Dyah Purbaningrum, **email:** newcatarina@gmail.com  
**Universitas Gunung Kidul**

### **ABSTRACT**

*The university has the responsibility of implementing Tri Dharma Perguruan Tinggi, one of which is community service. Higher education continues to look for opportunities to collaborate with other institutions. This collaboration can be with industry, the business sector, and the MSME (Small & Medium Enterprises) sector. Higher education can collaborate with local banks, umkm in developing creative industries. SMEs have a variety of creative business ideas, human resources and several other resources, but often have some weaknesses. These weaknesses can be in the form of financial weaknesses, and weaknesses in organizational management. Local banks can take a role in providing loan services to the micro sector and provide education about good financial management. Likewise, universities can take the role of sending the best people to provide education and organizational management assistance. The method of cooperation of the three parties is expected to provide benefits and strengthen the parties that cooperate with each other. Another expected benefit is the continued impact of good creative industry sector assistance in the form of regional economic revolving supported by the creative industry sector. This research provides information to the public about the framework of cooperation between universities, local banks and MSMEs.*

**Keywords:** *Creative Industry, Local Bank, University, Proposed Framework*

### **PENDAHULUAN**

Perguruan tinggi adalah salah satu institusi pendidikan yang memiliki tanggungjawab untuk mengembangkan sumber daya manusia (SDM). SDM yang dimaksud tidak terbatas pada mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi tersebut namun perguruan tinggi juga memiliki tanggung jawab untuk pengabdian masyarakat sebagai perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Perguruan tinggi yang memiliki tanggung jawab tersebut tidak hanya institusi tertentu namun semua jenis perguruan tinggi negeri maupun swasta dengan berbagai macam jurusan dan *core* bisnisnya. Oleh karena itu salah satu yang memiliki tanggung jawab itu salah satunya merupakan Universitas Gunung Kidul.

Universitas Gunung Kidul yang disingkat UGK adalah universitas swasta yang berlokasi di kota Wonosari, Kab. Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta. UGK didirikan pada tahun 2001. Universitas yang terletak di Kabupaten Gunungkidul ini memiliki mahasiswa yang sebagian besar tinggal di Gunungkidul. Universitas ini memiliki 4 fakultas dengan 5 program studi. Sebagian besar siswa di universitas ini adalah masyarakat Gunungkidul. Ini adalah upaya UGK dan pemerintah kabupaten

Gunungkidul untuk membekali warganya sesuai dengan ilmu masing-masing program studi dan sesuai peluang kerja. Seperti yang diperkenalkan sebelumnya, UGK juga memegang tanggung jawab dalam meningkatkan indeks pendidikan manusia di Gunungkidul. Oleh karena itu UGK memiliki peluang yang sangat besar dalam berkontribusi memperkuat dan mengembangkan ekonomi di Kabupaten Gunungkidul. UGK dapat berperan aktif dengan menggandeng industri ekonomi kreatif di area Gunungkidul bersama institusi terkait yang berpotensi untuk bekerjasama.

Seiring dengan tujuan berdirinya UGK yaitu meningkatkan kualitas SDM, institusi ini juga berpotensi untuk turut mengembangkan ekonomi dengan lulusannya yang semakin memiliki pengetahuan dan pengalaman yang didapatkan saat berada di bangku kuliah. Lulusan perguruan tinggi dapat menjadi pionier atau sarjana penggerak di desa masing-masing mereka tinggal. Lebih dalam lagi perguruan tinggi dapat mengambil peran melakukan pendampingan dan pengabdian masyarakat kepada sektor ekonomi mikro dan menengah yang ada disekitarnya.

Pendampingan SMEs atau lebih dikenal di Indonesia dengan UMKM menjadi peluang yang dapat diambil oleh perguruan tinggi dalam melaksanakan pengabdiannya. Dalam konteks ini UMKM Industri kreatif sebagai sasaran dalam pendampingan. UGK dapat mengkoordinasi dan melembagakan beberapa orang yang memiliki kompetensi dari dalam dan luar instansi untuk mendampingi UMKM industri kreatif dengan tujuan akhir perekonomian warga dan perekonomian lokal berkembang.

Sebuah tim gabungan dapat terdiri dari pihak yang memiliki kompetensi dalam pendirian, pendampingan, dan pengembangan organisasi. Sebuah unit usaha akan berkembang dengan baik jika system manajerialnya juga baik. Pendampingan sumber daya manusia untuk terus memiliki ide kreatif dan senantiasa memeliharanya menjadi potensi ekonomi adalah usaha yang diperlukan untuk pengembangan ekonomi kreatif. Selain dari sisi keorganisasian UMKM, mereka juga harus didukung dengan kekuatan financial yang sesuai agar roda kehidupan UMKM sebagai unit usaha berjalan dengan baik dan terus berkembang.

Ide gabungan antara akademisi, kekuatan financial (bank lokal), dan UMKM diperkirakan akan menjadi kerjasama yang baik untuk tujuan mulia pengembangan industry ekonomi kreatif di tingkat regional kabupaten. Ide ini dikhususkan untuk kerjasama pengembangan tingkat kabupaten karena setiap daerah memiliki ciri khas ekonomi kreatif dengan potensinya masing-masing. Selain itu kemampuan jangkauan bank lokal dan perguruan tinggi lokal diharapkan akan lebih focus mendampingi unit usaha mulai dari assessment sampai pada tahapan tujuannya tercapai.

**KAJIAN LITERATUR**

## Ekonomi Kreatif

Istilah industri kreatif diperkirakan telah muncul pada tahun 1997 di Inggris ketika Departemen Kebudayaan, Media, dan Olahraga *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) membangun Satuan Tugas Industri Kreatif. Definisi ekonomi kreatif menurut DCMS adalah "Industri Kreatif sebagai industri yang memiliki asal dalam kreativitas individu, keterampilan & bakat, dan yang memiliki potensi untuk kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui generasi dan eksploitasi kekayaan intelektual dan konten". Menurut (Fahmi *et al.*, 2014) , ekonomi kreatif adalah konsep fuzzy karena ada banyak interpretasi berbeda mengenai konsep ini. Konsep ini biasa disebut sebagai kelas kreatif, industri kreatif, industri budaya dan seniman. Ada perbedaan persepsi mengenai korelasi antara kreativitas dan perkembangan ekonomi dan juga pentingnya inovasi dan pembelajaran baru. Ada sebuah pernyataan menyatakan bahwa kreativitas itu universal, bukan hanya tentang budaya semata tetapi juga kreativitas teknologi dan ekonomi yang berinteraksi dengan kreativitas seni dan budaya, diungkapkan oleh (Florida, 2014).

Ada tiga aspek fundamental ekonomi kreatif, yaitu teknologi, bakat dan toleransi (3Ts). Gagasan ini pada dasarnya menyatakan bahwa satu bidang tertentu akan berhasil dalam ekonomi yang menarik, yang biasa disebut kelas kreatif yaitu orang-orang yang menggunakan wawasan dan intelektual mereka dalam pekerjaan mereka. 'Yang fungsinya untuk menciptakan bentuk-bentuk baru yang bermakna'

**Industri Kreatif**

Di Indonesia pada masa 2000an awal istilah industri kreatif pertama kali mulai terdengar muncul di Bandung saat pemuda-pemuda kreatif mendirikan dan mengelola industri musik dan pakaian indie ('distro'). Pemuda masa itu, mendapat dukungan British Council, kemudian berusaha mengembangkan Bandung sebagai 'kota kreatif'. Seperti gayung bersambut, pemerintah pusat mendorong gagasan industri untuk dimunculkan di daerah-daerah lain di Indonesia. Presiden saat itu melakukan pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang sebelumnya juga didahului keluarnya Instruksi Presiden 6/2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif. Instruksi ini mengarahkan pemerintah daerah untuk mempromosikan industri kreatif di daerah mereka.

Indonesia mengikuti model Inggris dalam klasifikasi industri kreatif (Howkins, 2002; (DCMS), 2013), ((MTCE), 2014). Kerjasama bilateral antara Indonesia dan Inggris pada industri kreatif dilakukan untuk melakukan transfer pengetahuan (Fahmi, Koster and van Dijk, 2016). Namun demikian terlepas dari definisi standar dari pemerintah pusat ini, gagasan industri kreatif ditafsirkan secara berbeda di wilayah-wilayah di Indonesia. Di beberapa daerah, industri kreatif dianggap mencakup kegiatan 'inovatif', sedangkan di kota-kota lain, pemerintah daerah mempromosikan kegiatan berbasis tradisi yang sudah lama ada ditengah-

tengah masyarakat. Contohnya di banyak daerah, seperti batik dan kerajinan tradisional, dikategorikan sebagai industri kreatif (Fahmi, Koster and van Dijk, 2016). Ini menunjukkan bahwa, dalam praktiknya, definisi pemerintah pusat, dapat dimungkinkan tidak sesuai dengan realitas ekonomi regional.

Masterplan ekonomi kreatif ((MTCE), 2014) tidak secara eksplisit menjelaskan mengapa klasifikasi Inggris dianut. Sebaliknya, daftar DCMS dari subsektor industri kreatif digunakan, dan industri yang ada diposisikan dalam salah satu subsektor ini. Subsektor mencakup arsitektur, periklanan, barang antik, desain, kerajinan, mode, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, penelitian dan pengembangan, perangkat lunak, dan televisi dan radio.

Gagasan industri kreatif dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang menggunakan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, dan berpotensi menghasilkan nilai ekonomi, melalui eksploitasi kekayaan intelektual ((DCMS), 2013). Dengan demikian, ada beberapa karakteristik yang harus ditunjukkan oleh industri kreatif. Pertama, industri-industri ini harus terus mencari ide-ide baru dengan melakukan penelitian dan pengembangan seputar produk dan layanan mereka, suatu aspek di mana kreativitas individu memainkan peran penting. Kedua, karena industri-industri ini difokuskan untuk menghasilkan nilai-nilai asli dan baru, kekayaan intelektual ini perlu dilindungi. Ketiga, industri ini biasanya perlu beradaptasi dengan teknologi terkini yang mendukung proses kreatif mereka (O'Connor, 2009) (Galloway and Dunlop, 2007) (Flew, 2013).

### **Iklm Ekomomi dan Kewirausahaan**

Tipe pekerjaan dan kondisi ekonomi sebuah wilayah dapat menentukan munculnya sebuah lokasi industri kreatif. Kebiasaan dan budaya berwirausaha yang ada akan menstimulasi orang untuk mendapatkan peluang dan memulai bisnis baru (Malecki, 1993). Dapat diartikan bahwa wirausahawan kreatif mungkin akan muncul di area yang ditandai adanya kreativitas, keragaman dan inovasi. Tetapi pengaruh iklim seperti itu pada industri kreatif di negara berkembang, seperti Indonesia, mungkin memerlukan pemahaman yang lebih mendalam.

Di Indonesia orang menjadi pengusaha, tidak secara otomatis mereka dengan penuh semangat merespons peluang dalam perekonomian, mungkin mereka tidak akan mampu melakukan pekerjaan lain (Singer, Amorós and Arreola, 2015). Oleh karena itu belum tentu industri kreatif dimulai sebagai respons terhadap pengakuan kreatif atas peluang ekonomi, di mana iklim kewirausahaan berperan (Ó Cinnéide and Henry, 2007)

### **Industri Berbasis Tradisi & Budaya**

Kami menyadari bahwa industri kreatif berbasis tradisi dan budaya dapat berbeda setiap wilayah, mereka memiliki pola masing-masing. Dalam beberapa literatur menyebutkan bahwa industri ini memiliki kekhasan terkait dengan fungsi

kota sebagai pusat perekonomian (Pratt, 2009; Scott, 1997). Industry ini khususnya di Indonesia tidak selalu dikaitkan dengan perkotaan sebagai pusat ekonomi atau tidak terkait dengan kehidupan kota. Kehidupan tradisi dan budaya di Indonesia diwariskan secara turun temurun dengan memberikan edukasi kepada anak cucunya atau kepada warga sekitar industry tersebut berada. Warga melihat peluang ekonomi dan mereka melakukan duplikasi usaha yang sudah berjalan menjadi contoh. Setiap daerah memiliki ciri tersendiri dalam berbagi pengetahuan tentang tradisi dan budaya dalam konteks ekonomi.

Seorang terdidik secara pendidikan formal bahkan lulusan perguruan tinggi kadang tidak memiliki nilai tawar dalam industri ini di Indonesia. Hal ini disebabkan ilmu tradisi dan budaya ini tidak diajarkan di perguruan tinggi, kecuali program studi khusus budaya dan seni. Bahkan mahasiswa lulusan seni dan budaya pun pindah dari jalur kuliahnya untuk bekerja di sektor formal (contoh: karyawan bank, perusahaan, dll). Banyak dari industri ini telah ada selama beberapa generasi dengan membagikan pengetahuan dan keterampilan tradisional secara turun temurun. Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi mereka mungkin berbeda dari industri kreatif lain. Iklim kewirausahaan dan diversifikasi ekonomi mungkin bukan prasyarat karena mereka mungkin memiliki sedikit minat dalam menciptakan desain dan nilai-nilai inovatif. Karena mereka sering membuat produk budaya dengan nilai-nilai tradisional yang kuat, dan memiliki nilai seni, mereka secara intuitif melakukan penawaran dengan pariwisata yang ada di lingkungan mereka.

### **5C Assesment**

Assesment 5C adalah (character, capacity, capital, collateral, and conditions). Ini adalah sistem yang digunakan oleh pemberi pinjaman untuk mengukur kelayakan kredit dari calon peminjam. Sistem menimbang lima karakteristik peminjam dan kondisi pinjaman, berusaha memperkirakan kemungkinan gagal bayar dan, akibatnya, risiko kerugian finansial bagi pemberi pinjaman. Jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia 5C tersebut ialah karakter, kapasitas, modal, jaminan, dan kondisi.

### **Understanding by Design Curriculum (UbDC)**

Seperti yang ditunjukkan oleh judulnya, Understanding by Design (UbD) mencerminkan konvergensi dua ide yang saling bergantung: (1) penelitian tentang pembelajaran dan kognisi yang menyoroti pentingnya pengajaran dan penilaian untuk pemahaman, dan (2) proses yang membantu dan disesuaikan dengan waktu untuk penulisan kurikulum (Wiggins and McTighe, 2011) .

UbD didasarkan pada delapan prinsip utama:

1. UbD adalah cara berpikir yang sengaja tentang perencanaan kurikuler, bukan program yang kaku atau resep preskriptif.

2. Tujuan utama dari UbD adalah mengembangkan dan memperdalam pemahaman siswa/trainee — kemampuan untuk membuat makna belajar melalui “ide-ide besar” dan untuk mentransfer pembelajaran.
3. UbD membongkar dan mengubah standar konten dan tujuan terkait misi menjadi elemen Tahap 1 yang relevan dan penilaian yang sesuai di Tahap 2.
4. Pemahaman terungkap ketika siswa secara mandiri memahami dan mentransfer pembelajaran mereka melalui kinerja otentik. Enam aspek pemahaman — kapasitas untuk menjelaskan, menafsirkan, menerapkan, menggeser perspektif, empati, dan menilai sendiri — menjadi indikator pemahaman.
5. Kurikulum yang efektif direncanakan “mundur/terbalik” dari hasil jangka panjang yang diinginkan melalui proses desain tiga tahap (Hasil yang Diinginkan, Pelaksanaan, Rencana Pembelajaran). Proses ini membantu menghindari masalah kembar yaitu “cakupan buku teks” dan “pengajaran yang berorientasi kegiatan” di mana tidak ada prioritas dan tujuan yang jelas.
6. Guru adalah pelatih pemahaman, bukan sekadar penyedia konten atau aktivitas. Mereka fokus pada memastikan pembelajaran, bukan hanya mengajar (dan dengan asumsi bahwa apa yang diajarkan dipelajari); mereka selalu membidik dan memeriksa — untuk membuat makna yang berhasil dan transfer oleh pelajar.
7. Tinjauan rutin unit dan kurikulum terhadap standar desain meningkatkan kualitas dan efektivitas kurikuler.
8. UbD mencerminkan pendekatan peningkatan berkelanjutan untuk pencapaian. Hasil desain kami — kinerja siswa — menginformasikan penyesuaian yang diperlukan dalam kurikulum serta instruksi; kita harus berhenti, menganalisis, dan menyesuaikan sesuai kebutuhan, secara teratur

Pada bab selanjutnya di bawah ini akan dijelaskan tahapan atau mekanisme dari pola kerjasama tiga institusi dalam penelitian ini. Tujuh tahapan atau mekanisme mulai dari pengajuan proposal, dokumentasi administrasi, penilaian kelayakan kredit, keputusan dan pendandatanganan kerjasama, pelatihan keuangan, pelatihan pengelolaan organisasi dan diakhiri dengan evaluasi pada akhir pendampingan,



*Ikun diolah dari berbagai sumber (freepik.com)*

**Gambar 1.** Mekanisme Pelatihan dan Pendampingan.

### Usulan Kerangka Kerja (Proposed Framework)

Tahap pertama perguruan tinggi dalam konteks Kabupaten Gunungkidul adalah UGK menjalin kerjasama dengan bank local atau bank daerah yang berpotensi kerjasama dalam pengembangan SDM/UMKM dan berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi dengan wujud bantuan pembiayaan. Pada tahap kedua, PT dan bank lookal membentuk tim khusus pendampingan UMKM/UMKM. Tim tersebut berisi orang yang memiliki kapabilitas dalam pengembangan sumber daya manusia dan organisasi, memiliki kemampuan dalam edukasi pengelolaan keuangan dan pelaporan keuangan, memiliki pemikiran kreatif dan mampu berbagi ide kreatif, dan yang terakhir adalah kemampuan motivasional terhadap UMKM.

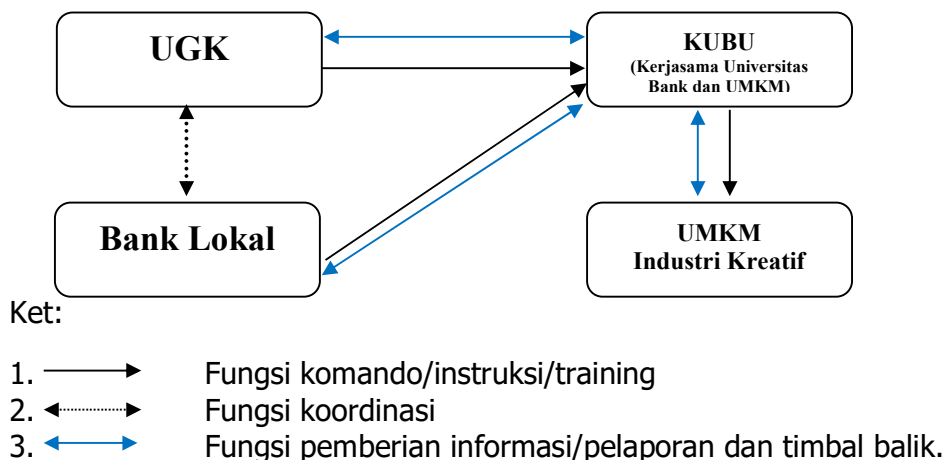
Tahapan pembentukan joint team dilanjutkan dengan tahapan pemetaan dan assesment terhadap UMKM yang telah dikumpulkan. Pada assesment tersebut PT memiliki peran dalam membidik UMKM potensial. Kriteria potensial ini dapat ditetapkan sesaat sebelum program ini dijalankan, dapat disesuaikan dengan visi. Kita ambil contoh ketika pada tahun tertentu akan diutamakan pengembangan ekonomi kreatif di sector budaya, maka Joint Tim khususnya PT membidik UMKM yang memiliki core bisnis bidang budaya. Selanjutnya PT menetapkan criteria tersendiri UMKM yang seperti apa pantas untuk diberikan pelatihan dan bantuan dana. Kemudian pihak bank dapat melakukan assesment tentang potensi ekonomi dari UMKM tersebut. Bank memiliki criteria tertentu apakah sebuah individu atau kelompok usaha layak diberikan bantuan pendanaan.

Tahap keempat adalah menjadi tahap pertengahan yang sama pentingnya diantara tahap yang lain. Pada tahap ini KUBU (Kerjasama Universitas, Bank, dan UMKM) yang telah dibentuk oleh PT dan bank melakukan training kepada UMKM yang lolos seleksi. Training ini dilakukan dengan kurikulum tertentu oleh PT dan Bank. Di dalam kurikulum dapat berisi metode pengelolaan usaha yang baik, pengelolaan keuangan dan pelaporan yang baik, serta tidak lupa memberikan pelatihan yang senantiasa menghidupkan ide kreatif dari SDM yang dilatih. Dalam sepanjang jalan pelaksanaan program ini joint team memantau laporan keuangan dan dari masing-masing UMKM yang menjadi binaan. Sering kali terjadi kreditur bank yang diberikan modal pinjaman tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. Hal ini disebabkan karena edukasi yang kurang, juga kurangnya ketekunan masing-masing pribadi dalam menjalankan kegiatan usahanya sesuai target awal.

Banyak ditemukan penyelewengan dan usaha atau bantuan yang akhirnya hanya digunakan untuk kebutuhan konsumtif atau kebutuhan di luar untuk usaha.

Kerjasama antar lembaga ini dimungkinkan menjadi sebuah ekosistem baru di Gunungkidul dan mungkin daerah pedesaan atau daerah berkembang lain. Daerah seperti ini membutuhkan edukasi dan pendampingan dari kalangan akademisi dan praktisi untuk pengembangan organisasi dan UMKM. Hasil tambahan yang juga diharapkan dari program kerjasama ini adalah bergeraknya roda perekonomian desa dengan jalur ekonomi kreatif.





**Gambar 2. Usulan Kerangka Kerja (Proposed Framework)**

## KESIMPULAN

Permasalahan yang sering terjadi pada pemberian kredit kepada masyarakat oleh bank local adalah kemampuan seorang staff melakukan assessment dan penilaian kelayakan calon penerima kredit. Acap kali seorang staff mengabaikan beberapa aspek untuk mengejar target pemberian kredit yang ia terima. Hal ini merupakan tantangan bagi para pihak bank untuk melakukan proses pemberian kredit yang sesuai dengan standard dan meminimalisasi kemungkinan gagal bayar. Dalam konteks artikel ilmiah ini diusulkan sebuah pola kerjasama antar tiga pihak dalam proses pemberian fasilitas kredit kepada UMKM di kawasan kabupaten. Peluang ini sangat menarik untuk diimplementasikan karena dapat menguntungkan ketiga pihak yang terlibat.

Perguruan tinggi dapat memanfaatkan ini sebagai peluang pengabdian masyarakat. Dosen beserta mahasiswa dari rumpun ilmu yang terkait dan dengan kemampuan yang mumpuni dapat menjalankan ini sebagai perwujudan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Lulusan perguruan tinggi yang telah kembali menyatu di masyarakat juga dapat bergerak membantu berputarnya ekonomi di pedesaan dengan mendirikan UMKM.

Bank local memiliki beberapa produk lain selain sebagai institusi penyimpanan uang. Salah satu kegiatan dari bank local adalah layanan pinjaman kepada pribadi, dan juga sector usaha kecil sampai industry retail. Beberapa peluang peningkatan kualitas kredit dapat dicapai dengan pola kerjasama tiga pihak ini. Bank dapat melakukan assessment secara mendalam dan menyeluruh sebelum melakukan persetujuan pemberian kredit. Bank dapat mengambil peluang mendapatkan informasi lain saat memonitor perkembangan UMKM dari pihak perguruan tinggi melalui tim gabungan. Pihak bank dapat memberikan edukasi pengelolaan keuangan yang baik.

UMKM tidak hanya sebagai obyek penerima bantuan kredit atau hanya mendapatkan keuntungan dari sisi financial. Pihak ini dapat menjadi pihak paling beruntung karena selain secara financial juga mendapatkan keuntungan berupa edukasi pengelolaan organisasi dan keuangan yang terbaik. Pengetahuan itu didapatkan dari ahlinya yaitu Bank sebagai kekuatan financial, dan perguruan tinggi sebagai sumber pengetahuan pengelolaan organisasi. Namun demikian UMKM juga memiliki tanggung jawab yang berat yaitu mempertahankan dan mengembangkan organisasi. Pihak ini harus memiliki kontribusi positif terhadap warga dan juga perkembangan ekonomi daerah.

Penelitian ini adalah sebuah metode usulan. Keberhasilan, perbaikan, atau bahkan kegagalan akan terlihat dan dapat didokumentasikan saat pelaksanaan. Setelah tulisan ini mendapatkan koreksi dan diterbitkan pada jurnal ilmiah dapat dilanjutkan dengan beberapa penelitian lanjutan. Tulisan-tulisan tersebut dapat berupa materi atau kurikulum yang digunakan untuk pelatihan pengembangan organisasi UMKM. Penelitian lain juga dapat berupa perbandingan antara UMKM yang mendapatkan pendampingan dan berjalan secara mandiri tidak mendapatkan pendampingan pengelolaan organisasi.

### Daftar Pustaka

- (DCMS), D. for C. M. and S. (2013) *Classifying and measuring the creative industries consultation on proposed changes*. London. Available at: [http://refhub.elsevier.com/S0264-2751\(16\)30234-7/rf0060](http://refhub.elsevier.com/S0264-2751(16)30234-7/rf0060).
- (MTCE), M. of T. and C. E. (2014) *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta. Available at: [http://refhub.elsevier.com/S0264-2751\(16\)30234-7/rf0195](http://refhub.elsevier.com/S0264-2751(16)30234-7/rf0195).
- Fahmi, F. Z. *et al.* (2014) 'Extended urbanization in small and medium-sized cities: The case of Cirebon, Indonesia', *Habitat International*. Elsevier Ltd, 42, pp. 1–10. doi: 10.1016/j.habitatint.2013.10.003.
- Fahmi, F. Z., Koster, S. and van Dijk, J. (2016) 'The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia', *Cities*. Elsevier B.V., 59, pp. 66–79. doi: 10.1016/j.cities.2016.06.005.
- Flew, T. (2013) *Global creative industries*. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=7c-YAAAAQBAJ&lpg=PT6&ots=d5KxKH0aZH&lr&pg=PT6#v=onepage&q&f=false>.
- Florida, R. (2014) 'The Creative Class and Economic Development', *Economic Development Quarterly*, 28(3), pp. 196–205. doi: 10.1177/0891242414541693.
- Galloway, S. and Dunlop, S. (2007) 'a Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy', *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), pp. 17–31. doi: 10.1080/10286630701201657.
- Howkins, J. (2002) *The creative economy: How people make money from ideas*. UK: Penguin. Available at: <https://scholar.google.co.id/scholar?cluster=6279582914050669860&hl=en&oi>

=scholarr.

- Malecki, E. J. (1993) 'Entrepreneurship in Regional and Local Development', *International Regional Science Review*, 16, pp. 119–153.
- O'Connor, J. (2009) 'Creative industries: a new direction?', *International Journal of Cultural Policy*, pp. 387–402. Available at: <https://doi.org/10.1080/10286630903049920>.
- Ó Cinnéide, B. and Henry, C. (2007) 'Entrepreneurship features of creative industries: The Irish music and dance sector', in *Entrepreneurship in the creative industries: An international perspective*, pp. 72–76. Available at: [http://refhub.elsevier.com/S0264-2751\(16\)30234-7/rf0200](http://refhub.elsevier.com/S0264-2751(16)30234-7/rf0200).
- Singer, S., Amorós, J. E. and Arreola, D. M. (2015) *Global entrepreneurship monitor: 2011 global report*. London: Global Entrepreneurship Research Association. Available at: [http://refhub.elsevier.com/S0264-2751\(16\)30234-7/rf0260](http://refhub.elsevier.com/S0264-2751(16)30234-7/rf0260).
- Wiggins, G. and McTighe, J. (2011) *Creating high quality units*.