

Volume 6 Nomor 1 April 2021

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME
6

NOMOR
1

SINTANG
APRIL
2021

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528



**PENINGKATAN *YOUNG ENTREPRENEUR* DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI
PENGELOLAAN EKONOMI KREATIF**

Sri Handayani[✉], Aulia Istiqomah², Nafidh Fauzi³, Nurin Eva⁴
Magister Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

[✉]Corresponding Author: buundaa66@gmail.com

Author Email: nisaandra@gmail.com², nafidhfauzi19@gmail.com³, nurineva5@gmail.com⁴

Article History :

Received January 2021

Accepted March 2021

Published April 2021

Keywords: Creative Economy, Young Entrepreneur, Covid-19 Pandemic

Abstract: *The creative economy is an activity in the economic field that focuses on the ability to capture in thinking to get new things and is different from others by having value and also selling or commercial in nature. The purpose of this study is to examine the sharing of the creative economy in increasing young entrepreneurs during the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative approach with data collection methods using documentation and interview techniques. The results of the study found that creative and innovative entrepreneurs amid the Covid-19 pandemic are needed. Not only relying on assistance from the government and also banking alone, but must have creative thinking in order to survive in the midst of the current pandemic conditions, so that the creative economy carried out by young entrepreneurs can be provisions in overcoming the decline in people's purchasing power.*

Sejarah Artikel

Diterima: Januari 2021

Direvisi: Maret 2021

Diterbitkan: April 2021

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, *Young Entrepreneur*, Pandemi Covid-19

Abstrak: Ekonomi kreatif merupakan aktivitas dalam bidang ekonomi yang menitikberatkan terhadap daya tangkap dalam berpikir untuk mendapatkan hal yang baru serta berbeda dari yang lainnya dengan memiliki nilai dan juga bersifat menjual atau komersial. Tujuan penelitian ini mengkaji berbagi ekonomi kreatif dalam peningkatan *young entrepreneur* dimasa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengambilan data menggunakan teknik dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menemukan wirausaha yang kreatif dan inovatif ditengah pandemi covid-19 sangat diperlukan. Tidak hanya mengandalkan bantuan dari pemerintah dan juga perbankan saja, melainkan harus memiliki daya pikir yang kreatif agar dapat bertahan di tengah kondisi pandemi saat ini, sehingga adanya ekonomi kreatif yang dilakukan oleh *young entrepreneur* dapat menjadi bekal dalam mengatasi penurunan daya beli masyarakat.

How to Cite: Handayani, S., Istiqomah, A., Fauzi, N., Eva, N., (2021)., *Peningkatan Young Entrepreneur di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pengelolaan Ekonomi Kreatif*. JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 6 (1). 12-22. DOI:<https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1084>



PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak lembaga dan juga komunitas yang bergerak dalam kemajuan ekonomi kreatif. Hal ini dapat terlihat dari banyak munculnya lembaga pelatihan dan juga lembaga pendanaan. Arti dari ekonomi kreatif itu sendiri ialah kegiatan yang berkonsep ekonomi baru dimana lebih berfokus terhadap kreativitas yang menekankan pada ide kreatif serta ilmu dari sumber daya manusia yang merupakan faktor utama dalam memproduksi ide (Desi, 2020). Teori Toffler (2012) dalam Angraini (2018) membagi gelombang peradaban ekonomi menjadi tiga yaitu ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Hasil prediksi akan ada gelombang keempat yang muncul yaitu gelombang ekonomi kreatif yang memiliki orientasi terhadap ide dan kreativitas.

Ekonomi kreatif telah banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia, seperti halnya anak muda Indonesia yang banyak terjun sebagai pelaku ekonomi kreatif. Walaupun ekonomi kreatif sangat populer, tetapi juga memiliki tantangan yang harus dihadapi seperti halnya masa pandemi covid-19 saat ini. (Utaminingsih, 2020) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif dimasa pandemi ini merupakan sektor ekonomi yang paling terkena dampak pandemi covid-19 yang disebabkan adanya pembatasan mobilitas dari barang serta orang. Adanya hal tersebut membuat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus gulung tikar karena tidak mampu bertahan selama masa pandemi covid-19. Hal ini disebabkan daya beli masyarakat yang menurun disebabkan adanya *work from home* (wfh) dan juga *physical distancing*.

Dusk (2012) menemukan bahwa jumlah anak muda yang melakukan kewirausahaan bertambah setiap tahunnya dan anak muda telah berhasil dalam mendorong adanya persaingan dalam perekonomian serta menaikkan pembangunan ekonomi yang ada di daerah. Kewirausahaan saat ini bukan masanya dimiliki orang yang telah berusia matang, melainkan anak muda juga sudah banyak yang menggeluti dunia usaha sejak usia 18 tahun. Hal ini didukung dengan adanya Peraturan Presiden No 92 Tahun 2011 yang berisikan bahwa pemerintah resmi membentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan tanggungjawab untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Indonesia yang berbasis seni, budaya, maupun teknologi. Adanya pelaku usaha dari ranah anak muda dan terdapat wadah dalam melakukan usaha yang di naungi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat memperkuat perekonomian yang ada di Indonesia. Semangat yang tinggi dari anak muda dapat diwadahi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai penyeimbang perekonomian di masa pandemi covid-19 saat ini (U. Hasanah, 2020).

(Zulbetti, 2015) menyatakan bahwa peran anak muda dalam ekonomi kreatif memiliki pengaruh yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi. Beberapa cara mengelola ekonomi kreatif ditengah pandemi covid-19 ialah dengan mempelajari target pasar dan penggunaan teknologi untuk kemudahan (Santosa, 2020). Secara tidak langsung ekonomi kreatif ini akan mengubah pelakunya untuk berpikir maju dan memiliki banyak ide serta gagasan yang dikembangkan



sesuai dengan kondisi yang terjadi saat ini (Ratnawati, 2015) menemukan bahwa peran anak muda untuk berwirausaha sangat tinggi, dengan demikian penelitian ini menguji ulang penelitian yang dilakukan oleh (Ratnawati, 2015) dengan mengkaitkan masa pandemi covid-19 sebagai kondisi yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini akan mengkaitkan masa pandemi dengan peran anak muda dalam berwirausaha yang diasumsikan terjadi dampak yang positif dengan memasukkan ekonomi kreatif sebagai bentuk dari perwujudan diri anak muda didalam melakukan kegiatan wirausaha.

Pengertian dari ekonomi kreatif ialah aktivitas dalam bidang ekonomi yang menitikberatkan terhadap daya tangkap dalam berpikir untuk mendapatkan hal yang baru serta berbeda dari yang lainnya dengan memiliki nilai dan juga bersifat menjual atau komersial (Noviyanti, 2017). Ekonomi kreatif juga memiliki nilai tambah yang didasarkan dari ide berasal dari daya pikir kreatif manusia, ilmu pengetahuan, budaya dan teknologi (Noviana, 2016). Terdapat lima belas dalam sub sektor didalam ekonomi kreatif ialah arsitektur, desain, film, video dan fotografi, kuliner, kerajinan, mode, musik, penerbitan dan percetakan, interaktif, iklan, penelitian, seni lukis, seni drama, TI, televisi serta radio (Antariksa, 2016).

Atas dasar penelitian yang telah dilakukan oleh Antariksa tersebut, berikut ini merupakan sub sektor industri yang berbasis kreativitas ialah (Arifianti et al. , 2017) :

1. Periklanan: Kegiatan ini merupakan aktivitas yang berhubungan erat dengan kreativitas dan juga hasil dari iklan seperti: penelitian pasar, promosi, kampanye, dan juga iklan di media elektronik ataupun cetak.
2. Arsitektur: Aktivitas yang berhubungan dengan pembuatan gambar yang disusun berdasarkan rencana dan ide yang telah direncanakan.
3. Pasar Barang seni: Merupakan kegiatan berdagang yang terdapat jual-beli dimana yang diperdagangkan terdiri dari barang kreasi seni.
4. Kerajinan: Kegiatan yang terdapat kaitannya dengan kesenian seperti halnya pembuatan aksesoris, alat rumah tangga yang modern, serta berbagai bentuk lainnya yang memiliki unsur seni.
5. Desain: Merupakan aktivitas dalam membuat gambar dengan kreasi
6. Fashion: Ativitas yang berkaitan erat dengan model kreasi dari pakaian
7. Video, Film dan Fotografi: Aktivitas yang berhubungan dengan perfilman yang membutuhkan *skill* foto dan editing video
8. Permainan interaktif: Aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan yang memiliki unsur hiburan serta pendidikan didalamnya
9. Musik: Aktivitas yang berhubungan dengan cipta karya, penulisan lirik hingga menyanyikan dan juga memainkan alat sebagai pengiring.
10. Seni Pertunjukan: Aktivitas yang memiliki hubungan dengan kegiatan dalam mengembangkan konten yang diwujudkan melalui pementasan
11. Penerbitan dan Percetakan: Aktivitas yang berkaitan dengan tulisan dalam konten yang akan dibukukan ataupun diterbitkan dalam media lainnya.



12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak: Aktivitas yang berhubungan dengan mengembangkan teknologi informasi serta layanan komputer lainnya
13. Televisi dan Radio: Aktivitas yang terkait dengan usaha kreasi produksi penyiaran
14. Riset dan Pengembangan: Aktivitas yang berkaitan dengan adanya kegiatan ilmiah untuk memecahkan permasalahan didalam obyek penelitian.

Adanya konsep dari Ekonomi Kreatif telah diprediksi oleh Pemerintah yang berfokus terhadap barang dan juga jasa yang mengandalkan kemampuan serta kreativitas sebagai hal yang utama harus dimiliki (Daulay, 2015). Penerapan ekonomi kreatif yang dilakukan diharapkan dapat membuat individu menjadi lebih menggali apa yang ada didalam diri mereka dan akan keluar ide ide kreatif, dengan demikian maka akan banyak tumbuhnya wirausaha baru yang mampu bersaing dengan dunia bisnis (Amir, 2017) Munculnya wirausahawan baru ini dapat dijadikan sebagai langkah dalam pengurangan pengangguran, karena akan banyak dibutuhkan tenaga kerja. Hal ini menjadikan adanya penanaman konsep ekonomi kreatif harus di tanamkan sejak saat ini, karena perlu di ingta bahwa persaingan dalam dunia bisnis akan semakin ketat dan membutuhkan adanya kebaruan yang dapat menjadikan terobosan baru, kebaruan itu didapatkan dari ekonomi kreatif.

Young Entrepreneur. Seorang pengusaha muda ialah mereka yang masih berusia produktif dan sudah bergelut di bidang usaha dengan berpedoman pada semangat yang tinggi untuk dapat sukses

di bidang yang ditempuh dan dipilihnya (Mellita & Erlansyah, 2014). Bagi pengusaha muda tidak hanya dirinya sendiri yang berjuang untuk mendapat kesuksesan, melainkan ada faktor lainnya didalam mendukung kesuksesan pengusaha muda. L. L. N. El Hasanah, (2015) menyatakan bahwa faktor dari keluarga, sosial dan juga lingkungan berpengaruh terhadap pengembangan dan pertumbuhan dari pengusaha muda. (Linda, 2018) menyatakan bahwa seorang pengusaha merupakan orang yang berani dalam mengambil risiko yang tinggi dan akan bertahan serta mencari solusi ketika menemukan masalah dengan bisnis yang dijalankan. Ditambah pernyataan dari (Asad, 2017) bahwa pengusaha bukan mencari risiko, melainkan mencari peluang dari usaha yang dijalankan dan ketika resiko datang maka dapat membaca celah yang bisa membebaskannya dari belenggu permasalahan. Hal ini berarti pengusaha muda merupakan bibit yang harus di jaga dan juga diberikan semangat dalam pengembangan bisnis, karena talenta dan juga *effort* dari anak muda dapat menjadi panutan dalam perkembangan bisnis. Ide kreatif untuk bisnis selalu di miliki oleh anak muda.

Young Entrepreneur atau pengusaha muda sebagai pelaku ekonomi kreatif merupakan mereka yang yang berusia produktif yang memiliki ide usaha berlimbah dan memiliki semangat serta tekad dalam mewujudkan ide bisnis yang dimilikinya (Firdaus, 2013). Masa pandemi merupakan masa yang sulit bagi seluruh usaha disegala sektor, diperlukan mental usaha yang kuat ketika menghadapi kondisi yang sulit ini. Terlebih ketika akan mendorong anak muda dalam melakukan



usaha, karena proses panjang akan dilakukan untuk dapat berhasil mendorong anak muda sebagai pelaku bisnis (Mustajab et al. , 2020). Dukungan fasilitas, permodalan dan yang utama adalah motivasi sangat perlu ditekankan ketika mengajak anak muda saat ini untuk terjun ke dunia bisnis. Mental yang belum matang perlu ditempa melalui motivasi dan juga arahan bagi anak muda, dengan demikian ketika memutuskan untuk mengajak anak muda terjun dalam bisnis maka akan banyak komunitas anak muda yang terbentuk sebagai jaringan komunikasi dan relasi bagi anak muda (Hasanah, 2020).

Ditengah situasi pandemi saat ini maka anak muda dengan adanya dukungan maka akan banyak bermunculan pengusaha muda yang terjun dalam dunia bisnis. Hal ini disebabkan adanya keterlibatan anak muda dalam dunia bisnis akan memberikan pandangan bisnis yang berbeda melalui ide dan gagasan dari anak muda dalam berbisnis di situasi pandemi sekarang ini (Hutagalung et al. , 2019). Dengan demikian maka inilah yang menjadi harapan dari didorongnya anak muda dalam dunia bisnis

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengambilan data menggunakan teknik dokumentasi dan wawancara dengan responden yang terdiri atas pengusaha muda dan Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Blitar. Sebanyak lima orang responden yang diwawancarai dimana hasil wawancara ini merupakan informasi yang akan dianalisis sebagai upaya identifikasi fenomena dan solusi yang dapat diberikan peneliti. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dipilih guna menggali lebih dalam berbagai permasalahan yang dihadapi pengusaha muda dalam menjalankan bisnisnya pada masa pandemic Covid-19. Kelima responden yang merupakan informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pengalaman individu yang sesuai dengan tujuan penelitian. (Klaudia et al. , 2017). Informan yang dipilih yaitu *young entrepreneur* yang memulai bisnisnya di tengah pandemi ataupun merasakan dampak pandemi pada bisnisnya.

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Risky Santoso (<i>young entrepreneur</i>)	1. Wawancara pada 19 Januari 2021 2. Wawancara kembali pada 21 Januari 2021
2	Ajis Utomo (<i>young entrepreneur</i>)	Wawancara pada 19 Januari 2021
3	Adi Prasetyo (<i>young entrepreneur</i>)	1. Wawancara pada 19 Januari 2021 2. Wawancara kembali pada 21 Januari 2021
4	M. Udin (<i>young entrepreneur</i>)	Wawancara pada 20 Januari 2021
5	Dini (Pegawai Dinas Koperasi dan UM Kota Blitar)	Wawancara pada 20 Januari 2021



HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilansir dari informasi terkini di sosial media pemerintah kota blitar bahwa saat ini kasus pasien covid-19 setiap harinya mengalami penambahan. Kota Blitar bukan lagi zona hijau, melainkan sama dengan daerah yang lainnya, karena penambahan kasus baru covid-19 per tanggal 22 Januari 2021 sebanyak 22 orang terkonfirmasi positif covid-19. Jumlah yang cukup besar bagi kota kecil yang terletak di wilayah selatan pulau Jawa. Adanya covid-19 ini memakan banyak korban terutama korban PHK dari perusahaan. Pengurangan jumlah karyawan perlu dilakukan oleh perusahaan guna menyeimbangkan pengeluaran dan pendapatan selama masa pandemi covid-19. Dini selaku pegawai dari Dinas Koperasi dan UM Kota Blitar menyatakan, *“Pandemi ini membuat banyak pekerja yang harus diberhentikan oleh perusahaan. PHK dimana mana, mulai banyak pengangguran. Dinas juga tidak tega melihat semua ini. Tapi bagaimana lagi, ini musibah bersama. Semua juga harus legowo. Untung saja pemerintah pusat bijak dalam menghadapi masalah ini. Banyak diberikan bantuan bagi pekerja yang kena PHK. Ngadakan pelatihan gratis, banyak program pemerintah itu dan harus dimanfaatkan. Ini peluang kok.”* (Dini)

Dari pernyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa pekerja yang terkena PHK tidak semata-mata diabaikan oleh pemerintah, melainkan pemerintah juga memberikan bantuan yang dapat membuat pekerja yang terkena PHK tetap mampu bertahan dalam menghadapi kondisi saat ini. Dini juga menambahkan, *“Kami dari*

dinas juga berupaya semaksimal mungkin agar semua tidak lemah dalam perekonomian. Dorongan bagi masyarakat yang terkena PHK kami lakukan, kami buat seminar yang bertajuk PHK jalan menuju usaha, dimana dalam kegiatan itu kami memotivasi orang-orang yang terkena PHK dan mayoritas masih muda untuk mau berbisnis. Kami kenalkan bahwa bisnis itu asik. Nah dari ini banyak anak muda nekat yang mau berwirausaha. Dinas juga mengupayakan permodalan dan fasilitas, bantuan segala macam kami upayakan untuk yang memiliki usaha ataupun yang mau merintis. Supaya imbang ini semuanya.” (Dini)

Berwirausaha ditengah pandemi pastinya sangat sulit. Hal ini disebabkan daya beli masyarakat yang turun karena kondisi perekonomian masih dalam tahap penyesuaian. Mulai dari adanya PSBB yang dilakukan membuat aktivitas masyarakat tidak normal seperti biasanya. Semua kegiatan dilakukan pembatasan. Mempertahankan usaha dimasa pandemi membutuhkan perjuangan, apalagi memulai usaha ditengah pandemi tentunya membutuhkan riset yang cukup dalam. Ide-ide kreatif perlu digali dan kebutuhan masyarakat perlu diteliti sehingga menjadi celah untuk memenuhi dengan berjualan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. Risky Santoso salah seorang *young entrepreneur* pemula dan Adi Prasetyo *young entrepreneur* yang sudah lama terjun dalam bisnis mengatakan, *“Saya dulu kerja kantoran, tapi kena pengurangan pekerja. Yaa apesnya saya. Sudah pandemi, kerjaan hilang. Ini saya memutuskan untuk usaha. Semoga lancar, aamiin. Dapat bantuan alat dan modal*



kemarin juga dari dinas, lumayan bisa untuk memulai. Harus semangat, kondisi ini membuat saya jadi berfikir gimana ya bisa bertahan hidup dengan usaha ditengah pandemi ini. Otak atik sana sini, nyari yang terus dibutuhkan masyarakat, yang ndak kena pandemi itu apa. Sambil saya juga konsul konsul, biar ndak mumet istilahnya. Wong saya pemain baru”. (Risky Santoso)

“Pandemi ya seperti inilah keadaan, diawal itu pas disuruh usaha tutup dulu, aduh mumet saya. Makan gimana, pemasukan gak ada, susah pokoknya. Ladang usaha saya ditutup. Terus itu ya saya tawarkan online online itu. Jadi muter ini tetapan otak, kemana ya saya bisa jual ini barang dagangan saya. Mikir lama lo itu saya. Terus boleh jualan lagi kan itu, tapi sepi nya masyaallah, omset turun pol itu. Puyeng saya. Otak itu muter terus, terus dinas ngasih seminar itu, ekonomi kreatif saya ikut. Terus saya dapat ilmu, kondisi kayak gini emang kita harus kreatif. Barang sudah ada, tinggal kondisi yang beda gimana kita bisa jual ini barang dengan kondisi yang beda. Seperti pindah pasar jadinya. Karena saya jualan tas, yang dulunya banyak pesanan borongan acara dan hilang ketika pandemi, akhirnya saya beralih pasarnya ke online. Saya jadi harus kreatif buat desain tas tas yang menarik, saya pasang di medsos, di e-commerse, saya ikuti trend anak muda sekarang. Dulu ndak sampai kesana, pokoknya dulu konvensional aja. Sekarang kudu kreatif, otak ndak boleh berhenti kalau pebisnis itu. ” (Adi Prasetiyo)

Hasil wawancara dengan *young entrepreneur* tersebut ialah kunci dalam menghadapi kondisi pandemi yang sekarang ini terjadi adalah menjadi

pengusaha yang kreatif. Memanfaatkan keadaan sekarang ini menjadi sumber keberhasilan, sebab pengusaha harus pandai dalam mencari celah. Kondisi seperti ini merupakan tantangan, apabila berhasil keluar dari lubang ini maka lulus ujian, jika menyerah maka akan gagal. Kreatif merupakan bekal menjadi pengusaha yang sukses. Dorongan pemerintah sudah dilakukan, sebab sektor ekonomi merupakan sektor yang paling terdampak pandemi covid-19 terutama industri kreatif. Dukungan permodalan dan juga fasilitas sebagai bekal dalam menghadapi kondisi sekarang ini. Udin melalui wawancara mengatakan.

“Modal di kasih, tapi ya tidak seberapa. Nyari pinjaman modal di Bank juga sulit sekarang. Duh seleksinya itu minta ampun. Malah sekarang pinjaman online itu lo banyak. Tapi ya takut pinjam online, datanya takut di ambil. Syaratnya mudah itu, cuma KTP cair cepat. Tapi ya itu ngeri. Pinjam di bank lama, sulit, pinjam online takut. Ya berdikari sendiri dengan modal yang ada, dikembangkan lagi, walaupun ekonomi melemah, tapi masih bisa bertahan ya Alhamdulillah” (Udin)

Kondisi sekarang ini tidak heran jika perbankan selektif dalam memberikan pembiayaan untuk sektor ekonomi. Hal ini dikarenakan omset sektor ekonomi melemah sejak munculnya pandemi. Masyarakat yang dinilai kurang kreatif tidak akan mendapatkan pinjaman modal dari perbankan. Wajar jika hal ini dilakukan, sebab perbankan juga tidak ingin menanggung risiko adanya kredit macet.

“Sulitnya pendanaan sekarang ini membuat sektor ekonomi banyak yang gulung tikar. Semua kembali kepelaku usahanya, jika mereka pandai melihat



situasi dan kondisi, maka ya tidak sulit menghadapi sekarang ini. Sama seperti saya, dulu saya memasukkan jajanan ini ke pusat oleh-oleh. Pinjam di bank enak, sekarang pariwisata ditutup, modal usaha habis, pinjam di bank ndak di acc. Ya sudah saya usaha sendiri, harus kreatif

dan inovatif. Wong kita ini berada di industri kreatif, jadi ya gimana jadi pengusaha yang kreatif. Semangat harus membara. Ndak ada yang ndak bisa, buktinya sekarang saya juga masih jalan. Modal kreatif dan kepepet.”(Ajis)

Tabel 2. Kertas Kerja Pencarian Kesepakatan Umum

Percakapan	Pemahaman Bersama Tentang Interaksi Informan 1	Pemahaman Bersama Tentang Interaksi Informan 2	Pemahaman Bersama Tentang Interaksi Informan 3	Pemahaman Bersama Tentang Interaksi Informan 4	Pemahaman Bersama Tentang Interaksi Informan 5
Bantuan pendanaan dari pemerintah	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Bantuan fasilitas usaha dari pemerintah	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Dukungan melalui pelatihan dan seminar	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Motivasi usaha	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

Sumber : Data diolah

Ekonomi kreatif banyak dilakukan oleh anak muda di Kota Blitar, terutama saat pandemi covid-19 saat ini. Hal ini dikarenakan anak muda banyak yang terkena PHK dari pekerjaannya dan beralih menjadi *young entrepreneur*. Walaupun masa pandemi covid-19 banyak bidang yang gulung tikar karena tidak dapat bertahan dimasa pandemi covid-19, hal ini tidak membuat surut semangat anak muda Kota Blitar menjadi *young entrepreneur*. Semangat yang tinggi membara dalam diri anak muda Kota Blitar untuk sukses dalam sektor ekonomi. Dorongan Dinas Koperasi dan UKM Kota Blitar seperti yang disampaikan oleh Ibu Dini memberikan dorongan untuk anak muda berwirausaha dan mengembangkan ide yang ada dalam

diri anak muda tersebut sehingga terwujudnya ekonomi kreatif yang dilakukan oleh anak muda Kota Blitar.

Banyak alasan UKM di Kota Blitar sulit bertahan di tengah pandemi, seperti halnya menurunnya daya beli masyarakat yang disebabkan pemberlakuan *work from home* (WFH) serta *physical distance*. UKM yang dimiliki oleh masyarakat Kota Blitar baik dari kalangan usia yang sudah tua ataupun anak muda harus memutar otak agar bisa bertahan ditengah pandemi covid 19 seperti yang telah disampaikan oleh Risky Santoso dalam wawancara yang dilakukan dengan peneliti. Belum membaiknya sektor ekonomi saat ini harus membuat pelaku usaha mengelola ekonomi kreatif yang dapat dilakukan dengan cara



yang telah disampaikan oleh Kemenkraf (2019) adanya nilai tambah yang didasarkan dari ide berasal dari daya pikir kreatif manusia, ilmu pengetahuan, serta budaya dan teknologi.

Mengacu pada hasil wawancara dengan Ajis dan Adi Prasetyo bahwa “*The power of kepepet*” merupakan cara ampuh dalam melakukan ekonomi kreatif di tengah pandemi. Hal ini dikarenakan dengan menerapkan ekonomi kreatif maka akan muncul ide dan gagasan dari anak muda untuk membangun usaha yang kreatif agar tetap laku ditengah pandemi covid-19. Dari yang awalnya usaha dijalankan secara konvensional ditengah pandemi mengalami penurunan maka dengan ide kreatif akan ditpemukan gagasan baru untuk melakukan usaha dengan kreatif dan tetap laku ditengah pandemi covid-19. Seperti yang dilansir hasil wawancara dengan Bapak Udin bahwa selama pandemi covid-19, permodalan yang dilakukan oleh perbankan mengalami seleksi yang lebih ketat. Hal ini tidak dipungkiri akan dilakukan oleh perbankan, sebab rasa takut adanya kredit macet juga menjadi kekhawatiran perbankan.

Menjadi wirausaha yang kreatif dan inovatif ditengah pandemi covid-19 sangat diperlukan. Tidak hanya mengandalkan bantuan dari pemerintah dan juga perbankan saja, melainkan harus memiliki daya pikir yang kreatif agar dapat bertahan di tengah kondisi pandemi saat ini. Maka dari itu adanya ekonomi kreatif yang dilakukan oleh *young entrepreneur* dapat menjadi bekal dalam mengatasi penurunan daya beli masyarakat seperti penelitian dari (Ratnawati, 2015)

PENUTUP

Young entrepreneur di Kota Blitar semakin banyak bermunculan selama masa pandemi covid-19 yang disebabkan adanya kesadaran anak muda untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan adanya ekonomi kreatif yang telah dipahami oleh anak muda Kota Blitar, sehingga anak muda Kota Blitar tidak putus asa dan semangat menjadi *young entrepreneur* selama masa pandemi covid-19. Pendanaan dan juga fasilitas berwirausaha bukan menjadi halangan dalam melakukan usaha, sebab *young entrepreneur* akan selalu memiliki ide dalam mengatasi setiap kondisi. Dinas Koperasi dan UKM harus lebih membina *young entrepreneur* setelah berhasil mendorong anak muda untuk berwirausaha. Sebab mempertahankan akan lebih sulit dari pada memulai. Mulai dari pendanaan dan juga fasilitas harus di optimalkan bagi *young entrepreneur* terutama ditengah pandemi covid-19

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. (2017). Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Kerajinan Unggulan dalam Upaya Mengangkat Kearifan Lokal Kabupaten Tuban. *Cakrawala*, 11(2), 157–169.
- Angraini, I. (2018). Praktik Ekonomi Kreatif Terhadap Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 2(1), 69–77.
- Antariksa, B. (2016). Tulisan ini sepenuhnya adalah refleksi pandangan pribadi penulis, dan tidak mencerminkan posisi/kebijakan resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 1. *ASSET*, 1–9.
- Arifianti, R. , Mohammad, D. , & Alexandri, B. (2017). Activation of Creative Sub-Economic Sector in Bandung City. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 201–209.



- Asad. (2017). Model Strategi Pengembangan Wirausaha & Ekonomi Kreatif di Tingkat Kota (Pemetaan per Kecamatan). *Riset Fundamental Unpad*, 10(1), 46–59.
- Daulay, Z. A. A. (2015). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode Triple Helix. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(9), 1689–1699. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf>
<https://hdl.handle.net/20.500.12380/245180>
<https://doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003>
<https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Mellita, D. , & Erlansyah, D. (2014). Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang. *Prosiding Economic Globalization Trend & Risk Developing Country*, 1–13. http://eprints.binadarma.ac.id/2073/1/FP_20.pdf
- Desi. (2020). *Bagaimana Cara Mengelola Ekonomi Kreatif Selama Resesi*. Jurnal. Id. <https://www.jurnal.id/blog/bagaimana-cara-mengelola-ekonomi-kreatif-selama-resesi/>
- Dusk. (2012). Adolescence & Development Behavior. *Prentice Hall*, 3(1), 27–35.
- Firdaus, O. M. (2013). Efektivitas Penggunaan Smart Phone dalam Kota Bandung Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Seminar Nasional IENACO*, 316–322.
- Hasanah, L. L. N. El. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280.
- Hasanah, U. (2020). Studi Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Ilmiah*, 3(2).
- Hutagalung, M. A. K. , Fitri, R. , & Ritonga, S. R. W. (2019). Generasi Milenial dan Wirausaha. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 - SINDIMAS 2019*, 300–304.
- Klaudia, S. , Riwayanti, D. R. , & Aminatunnisa. (2017). Menggali Realitas Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik UMKM. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi*, 2(1), 49–64.
- Linda, R. (2018). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus Bank Sampah Berlian Kelurahan Tangkerang Labuai). *Jurnal Al-Iqtishad*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v12i1.4442>
- Mustajab, D. , Bauw, A. , Rasyid, A. , Irawan, A. , Akbar, M. A. , & Hamid, M. A. (2020). Jurnal Abdi Masyarakat. *The International Journal of Applied Business Tijab*, 4(1), 29–36.
- Noviana, R. (2016). Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia). *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 5(1), 51–59.
- Noviyanti, R. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1. *Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj*, 1(1), 77–99.
- Ratnawati, S. (2015). *Ekonomi Kreatif dan Kaizen*. 1–27.
- Santosa, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(11), 1257. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i11.1770>
- Toffler, A. (2012). *Literacy Information*. Pan Books Ltd.



Utaminingsih. (2020). Ekonomi Kreatif dimasa Pandemi. *Universitas Negeri Semarang*.

Zulbetti, R. (2015). Pengaruh Anak Muda dalam Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Program Studi Komputerisasi Akuntansi Politeknik Piksi Ganesha*, 4(1).

