

Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia)

This research was conducted to find out and analyze the influence of creative economy towards creativity in dance workshop of teenager Cut Meutia in Lhokseumawe. The data used in this research is the primary data through a detailed questionnaire. The population in this research is the whole that follow Dance Studio Cut Meutia in Lhokseumawe as many as 62 people, this population is heterogeneous in nature which can be seen from the various age, gender, and education. Sampling techniques in the study are the total sampling. Total sampling population was chosen because it is limited and each Member of the population worthy of being sampled. Thus the number of samples as much as population numbers i.e. 62 people. The research found that the most influential creative economy significantly to creativity workshop of teenager Dance Cut Meutia in Lhokseumawe. The value of the coefficient of determination of 0.306, this shows the ability of the free variable (creative economy) can explain its effect on a variable is bound (the creativity of adolescents) of 30.6%, rest of 57.2% influenced by other variables that are not included in this research model.

Keywords: *product, price, promotion, distribution, purchasing decisions*

Rusydi*, Noviana

**Dosen Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Malikussaleh
Lhokseumawe*

PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan didunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu ekonomi berbasis sumber daya ke paradigma ekonomi berbasis ke pengetahuan dan kreativitas. Pergeseran tersebut terjadi karena paradigma ekonomi berbasis sumber daya yang selama ini di pandang cukup efektif dalam mengakselerasi dan mengakomodasi berbagai perubahan lingkungan bisnis. Hal ini terbukti, hanya pada kelompok perusahaan yang peduli terhadap peningkatan kapasitas aset yang memiliki peluang untuk berinovasi dan mampu bertahan menghadapi gejala perubahan lingkungan bisnisnya dan disanalah peran ekonomi kreatif akan diuji.

Sistem ekonomi globalisasi telah membentuk dunia perekonomian yang berkembang. Munculnya kapitalisme sebenarnya telah menambah perekonomian suatu negara. Banyak negara yang dengan cepat membuka pasar bagi ekspor asing. Perdagangan global makin marak terjadi didalam koorperasi. Globalisasi telah membentuk pola kehidupan ekonomi negara. Sehingga, globalisasi ekonomi dapat dilihat melalui cara pandang dan perspektifnya. Tingkat saling ketergantungan ekonomi yang terjadi sudah pernah terjadi pada masa lalu. Hanya perbedaannya, kini intensitas interaksi antar bangsa dan negara tersebut menjadi meningkat, meningkatnya hal tersebut belum tentu membuat perekonomian terintegrasi secara global.

Ekonomi kreatif muncul dan semakin mendapat perhatian luas di berbagai negara beberapa tahun belakang ini, baik di negara-negara maju maupun negara-negara berkembang. Di Amerika Serikat perhatian serius terhadap ekonomi kreatif dimulai pada pertengahan 1990-an, ketika karya cipta negara adidaya ini menyumbangkan 60.18 miliar Dolar Amerika (sekitar 600 triliun rupiah) dalam penjualan ekspornya. Jumlah itu bahkan melampaui nilai sumbangan ekspor produk-produk konvensional, seperti produk otomotif, pertanian, dan pesawat (Howkins, 2001).

Sebagai istilah ekonomi kreatif ini memang masih asing bagi sebagian orang. Meskipun demikian istilah kreatifitas (creativity) dan juga ilmu ekonomi (economics) itu sendiri, telah lama dikenal secara luas dalam masyarakat. Penggabungan keduanya menjadi satu istilah dan bagaimana kreativitas dan ilmu ekonomi ini dapat dikombinasikan dengan baik untuk menciptakan nilai (value) dan kekayaan, ini memang hal yang baru (Marta-Christina Suci, 2004).

Selain itu, pesatnya perkembangan ekonomi kreatif tersebut juga tidak lepas dari perkembangan dan pergeseran orientasi ekonomi dunia yang terjadi akhir-akhir ini. Seperti diketahui perkembangan kegiatan ekonomi selama ini melewati sejumlah tahapan penting yang pertama adalah ekonomi pertanian, kemudian ekonomi industri, dan tahap berikutnya adalah ekonomi informasi atau menurut

Don Tapscott (1996) disebut ekonomi pengetahuan (knowledge economy), serta tahap atau gelombang keempat adalah ekonomi kreatif, seperti disebut John Howkins (2001).

Dalam ekonomi baru ini, ide, gagasan, dan informasi, serta pengetahuan menjadi sumber bagi pemicu pertumbuhan ekonomi. Ketika berbagai temuan bidang teknologi informasi terjadi pada 1990-an, terjadi perubahan yang signifikan dalam metode transaksi ekonomi. Karena itu Tapscott (1996) menyebut era ini sebagai era ekonomi baru (the new economy), yakni ekonomi digital, karena semua berubah menjadi digital. Pengetahuan menjadi basis bagi daya saing organisasi, sehingga berbagai gagasan tentang produk, dan penerapan gagasan itu terhadap produk, menjadi aktivitas ekonomi sehari-hari. Produsen maupun konsumen menjadikan gagasan ini sebagai faktor terpenting dalam menciptakan kekayaan atau kesejahteraan.

Ekonomi Kreatif merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan pada ide dan stock of knowledge (bekal pengetahuan) dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Robert Lucas, pemenang Nobel dibidang Ekonomi, mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya.

Kreativitas mencerminkan pemikir yang divergen yaitu kemampuan yang dapat memberikan bermacam - macam alternatif jawaban. Kreativitas dapat digunakan untuk memprediksi keberhasilan belajar. Namun sebenarnya setiap orang adalah kreatif. Untuk mendapatkan orang yang demikian perlu adanya latihan dan bimbingan dari orang tua atau pun guru. Menurut Suharman (2005:375), "Kreativitas tidak hanya dilakukan oleh orang-orang yang memang pekerjaannya menuntut pemikiran kreatif (sebagai suatu profesi), tetapi juga dapat dilakukan oleh orang-orang biasa di dalam menyelesaikan tugas-tugas dan mengatasi masalah".

Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh ekonomi kreatif terhadap kreatifitas remaja pada seni tari Sanggar Cut Meutia di Kota Lhokseumawe?

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Ekonomi Kreatif

Mengingat ekonomi kreatif merupakan keterkaitan antara kreativitas dan ilmu ekonomi maka pertamanya perlu dikemukakan definisi yang terkait dengan kreativitas. Seperti dijelaskan dalam ensiklopedia

elektronik Wikipedia.org (2008), kreatifitas dapat diartikan sebagai proses mental dalam rangka menghasilkan ide-ide atau konsep yang baru, atau yang berkenaan dengan pikiran kreatif antara berbagai gagasan atau konsep-konsep yang ada.

“creativity (or “creativity”) is a mental process involving the generation of new ideas or concepts, or new associations of the creative mind between existing ideas or concepts”.

Terkait dengan itu laporan komisi PBB tentang Perdagangan dan Pembangunan (UNTAD) yang dikemas dalam “Creative Economy Report (2008)” mengemukakan beberapa definisi terkait dengan ekonomi kreatif ini sebagai berikut:

“Ekonomi kreatif merupakan konsep yang sedang berevolusi dan berbasis pada asset-aset yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (the creative economy is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development)”

Ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: 1) lapangan usaha kreatif dan budaya, 2) lapangan usaha kreatif atau, 3) hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (Depperdag, 2007)

Menurut Wiko (2010:22) menjelaskan bahwa landasan dasar dari konsep ekonomi kreatif ini adalah dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik.

Secara wacana, ekonomi kreatif memiliki arah yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga secara moral, budaya, alam, dan lingkungan masyarakat (Geriya, 2000:129).

Sub Sektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif dapat dikelompokkan menjadi empat belas sub sektor, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025, keempat belas sub sektor ekonomi kreatif Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (advertising)

Sub sektor periklanan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik.

2. Arsitektur

Sub sektor arsitektur yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara

menyeluruh baik dari level makro sampai level mikro. Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal.

3. Pasar barang seni

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile dan film.

4. Kerajinan (craft)

Sub sektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berasal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat dan kapur.

5. Desain

Yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

6. Fesyen (fashion)

Sub sektor fesyen atau mode adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki dan desain aksesoris mode lainnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

7. Video, film dan fotografi

Sub sektor film, video dan fotografi adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi, produksi video dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film dan hasil fotografi. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron dan eksibisi film.

8. Permainan interaktif (game)

Sub sektor permainan interaktif adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan dan edukasi. Sub sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

9. Musik

Sub sektor musik adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan musik, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara

10. Seni pertunjukan

Sub sektor seni pertunjukan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan,

pertunjukan balet, tarian tradisional, musik terater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung dan tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan
Sub sektor penerbitan dan percetakan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
12. Layanan komputer dan piranti lunak
Sub sektor layanan komputer dan piranti lunak meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras serta desain portal.
13. Televisi dan radio
Sub sektor kelompok televisi dan radio meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pemrograman, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.
14. Riset dan pengembangan
Sub sektor riset dan pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Kreativitas

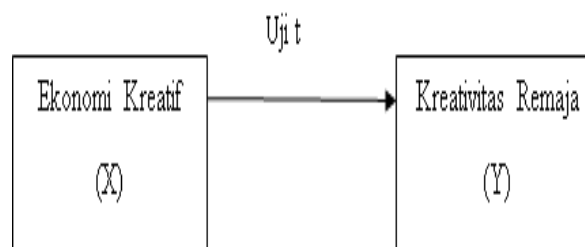
Kreativitas merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, yaitu kebutuhan akan perwujudan diri (aktualisasi diri) dan merupakan kebutuhan paling tinggi bagi manusia (Maslow, dalam Munandar, 2009). Pada dasarnya, setiap orang dilahirkan di dunia dengan memiliki potensi kreatif. Kreativitas dapat diidentifikasi (ditemukan) dan dipupuk melalui pendidikan yang tepat (Munandar, 2009).

Guilford (dalam Munandar, 2009) menyatakan kreativitas merupakan kemampuan berpikir divergen atau pemikiran menjajaki bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan, yang sama benarnya (Guilford, dalam Munandar 2009). Sedangkan menurut Rogers (dalam Zulkarnain, 2002), kreativitas merupakan kecenderungan-kecenderungan manusia untuk mengaktualisasikan dirinya sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Menurut Munandar (2009), kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal yang baru, tetapi juga dapat berupa gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, Csikszentmihalyi (dalam Clegg, 2008) menyatakan kreativitas sebagai suatu tindakan, ide, atau produk

yang mengganti sesuatu yang lama menjadi sesuatu yang baru.

Kreativitas Menurut Semiawan (Sunaryo, 2002) Kreativitas adalah kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. Kreativitas meliputi baik ciri-ciri aptitude seperti kelancaran (fluency), keluwesan (flexibility), dan keaslian (originality) dalam pemikiran, maupun ciri-ciri non aptitude, seperti rasa ingin tahu, senang mengajukan pertanyaan dan selalu ingin mencari pengalaman-pengalaman baru.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Dari kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Ho : diduga ekonomi kreatif berpengaruh terhadap kreatifitas remaja

Ha : diduga ekonomi kreatif tidak berpengaruh terhadap kreatifitas remaja.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada sanggar tari Cut Meutia Jalan Merdeka No. 2 Kota Lhokseumawe, Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah remaja seni tari Sanggar Cut Meutia Lhokseumawe.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh yang mengikuti seni tari sanggar Cut Meutia di Kota Lhokseumawe, Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan.

Sampel

Untuk penentuan besar sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003:146), Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

keterangan :

n = Ukuran sampel
N = Ukuran Populasi
e = Batas toleransi kesalahan

$$N = 125 / 125 (0,05)^2 + 1 = 95,63 = 96$$

Dari formulasi tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 96 remaja seni tari Sanggar Cut Meutia Lhokseumawe.

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan Nonprobability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006:231). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan Accidental sampling, Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
Ekonomi Kreatif (X)	Ekonomi kreatif merupakan dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik (Wiko, 2010:22)	1. Moral, 2. Budaya 3. Alam dan Lingkungan Masyarakat (Geriya, 2000:129)	Likert
Kreativitas (Y)	Kreativitas adalah kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. (Sunaryo, 2002)	1. Kelancaran 2. Keluwesan 3. Keaslian (Sunaryo, 2002)	Likert

Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Nunnally, 1967 dalam Ghazali, 2005: 42).

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

Teknik pengumpulan data

- Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data akurat yang bersumber dari pertanyaan yang telah dibuat terlebih dahulu yaitu berupa daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden yang diteliti dan ini merupakan cara untuk memperoleh informasi yang lebih luas tentang data diri dan karakteristik responden.
- Studi kepustakaan yaitu suatu pendekatan pencarian data dan informasi melalui perpustakaan dengan cara mencari buku-buku literatur serta tulisan-tulisan karya ilmiah. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh landasan teoritis yang relevan dengan variabel dalam penelitian ini.
- Observasi (Pengamatan) yaitu dilakukan untuk mengamati secara langsung objek penelitian yang dianggap tepat dan dapat melengkapi informasi yang diperlukan.

kuisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r tabel untuk degree of freedom (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005: 45).

Analisis Regresi Linier

Dalam menganalisa data dalam penelitian ini peneliti menggunakan regresi sederhana. variabel bebas yaitu Ekonomi Kreatif (X) dan yang menjadi variabel terikat adalah Kreativitas (Y). Adapun persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Dimana :

- Y = Ekonomi Kreatif
- a = Konstantan
- b1 = Koefisien regresi variabel X1 (kreativitas)
- X1 = kreativitas
- e = error / variabel pengganggu

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Tabel 2
Karakteristik Responden

No	Item	Frek	%
1	Jenis Kelamin		
	1. Laki-laki	19	30.7
	2. Perempuan	43	69.3
	Total	62	100.0
2	Tingkat Pendidikan		
	1. Tidak sekolah /tidak tamat SD	0	0
	2. SD	0	17.8
	3. SLTP	11	59.7
	4. SLTA	37	22.5
	5. D3 & S1	14	22.5
	Total	62	100.0
3	Usia		
	1. 13-16 Tahun	27	43.6
	2. 17-20 Tahun	21	33.9
	3. >20 Tahun	14	22.5
Total	62	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa berdasarkan perhitungan frekuensi jenis kelamin diketahui bahwa sebanyak 43 orang responden atau 69,3% responden berjenis kelamin Perempuan, sedangkan sisanya sebesar 19 orang atau 30,7% responden berjenis kelamin laki-laki. Dari perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan dari pada laki-laki.

Berdasarkan perhitungan frekuensi tingkat pendidikan diketahui bahwa sebanyak 37 orang responden atau 59,7% responden berpendidikan SLTA, 14 orang responden atau 22,5% berpendidikan Diploma dan Sarjana, dan sisanya sebanyak 11 orang atau 17,8% berpendidikan SLTP.

Berdasarkan perhitungan frekuensi usia diketahui bahwa sebanyak 27 orang responden atau 43,6% responden berusia antara 13-16 tahun, sebanyak 21 responden atau 33,9% responden berusia antara 17-20 tahun, sebanyak 14 orang responden atau 22,5% responden berusia diatas 20 tahun

Uji Validitas

Tabel 3
Uji Validitas

Indikator Pernyataan Variabel Independen (X) dan Dependen (Y)	Pearson Correlation	Ktr
Variabel X Ekonomi Kreatif		
X.1	0,643	Valid
X.2	0,427	Valid
X.3	0,569	Valid
X.4	0,366	Valid
X.5	0,607	Valid
X.6	0,634	Valid
X.7	0,617	Valid
X.8	0,718	Valid
X.9	0,502	Valid
X.10	0,286	Valid
X.11	0,557	Valid
X.12	0,526	Valid
X.13	0,526	Valid
X.14	0,404	Valid
X.15	0,529	Valid
Variabel Y Kreativitas Remaja		
Y.1	0,426	Valid
Y.2	0,365	Valid
Y.3	0,245	Valid
Y.4	0,283	Valid
Y.5	0,361	Valid
Y.6	0,318	Valid
Y.7	0,245	Valid
Y.8	0,383	Valid
Y.9	0,318	Valid
Y.10	0,245	Valid
Y.11	0,383	Valid
Y.12	0,361	Valid
Y.13	0,318	Valid
Y.14	0,318	Valid
Y.15	0,289	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (Data Diolah)

Dari table 3 diatas dapat diketahui semua indicator penelitian yang tersebar pada variable bebas dan variable terikat semuanya valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan table reliabilitas, variabel Ekonomi Kreatif (X) dan Kreatifitas Remaja (Y) menunjukkan nilai cronbach Alpha >0.60 yang berarti setiap variable bebas dan terikat adalah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan yang digunakan mampu memperoleh data yang konsisten dalam arti jika pertanyaan tersebut diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama.

Tabel 4
Uji Reliabilitas

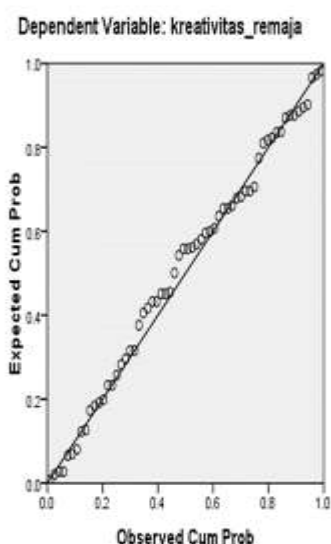
Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Ekonomi Kreatif (X)	0,632	Reliabel
Kreativitas Remaja (Y)	0,838	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (Data Diolah)

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan mengamati tabel P-P Plot. Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1 Normal PP Plot

PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS 19.0 (Statistical product and Service Solution) for Windows sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya. Teknik analisis data mengenai pengaruh ekonomi kreatif terhadap kreativitas remaja pada Sanggar Seni Tari Cut Meutia di Kota Lhokseumawe yang dirumuskan dalam fungsi regresi linier sederhana. Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 5
Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		t-tabl	t-hit	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	15.868	2.611	1.67	18.79	0.000
Ekonomi_kreatif	0.132	0.053	1.67	2.493	0.015
R = 0.306 (30.6%)			F _{hitung} = 1.495		
R ² = 0.940 (94,0%)			F _{tabel} = 4.00		
Sig F = 0.226					

a. Dependent Variable: Kreativitas Remaja

Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (Data Diolah)

Dari table di atas dapat diketahui persamaan regresi sederhana adalah :

$$Y = 15.868 + 0.132 X$$

- Nilai konstanta (β_0) sebesar 15.868 artinya ekonomi kreatif dianggap konstan, maka nilai rata-rata kreativitas remaja meningkat adalah sebesar 15,868%.
- Koefesien ekonomi kreatif (βX) sebesar 0,132 berarti menunjukkan hubungan positif (searah) yang memberi arti bahwa setiap kenaikan satu satuan skala likert penerapan ekonomi kreatif berupa sanggar seni tari maka menyebabkan meningkatnya kreativitas remaja sebesar 0,132%.

Berdasarkan hasil penelitian, koefesien korelasi (R) sebesar 0.306 (30,6%) yang bermakna mempunyai hubungan variabel ekonomi kreatif terhadap kreativitas remaja Sanggar Seni Tari di Kota Lhokseumawe.

Sedangkan koefesien determinasi (Rsquare) sebesar 0.940 (94,0%) artinya ekonomi kreatif memiliki kemampuan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap kreativitas remaja Sanggar Seni Tari Cut Meutia di Kota Lhokseumawe sebesar 94,0%. Sedangkan sisanya 6% (100-94,0%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Sebagaimana telah disebutkan pada bab sebelumnya uji statistik secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria; apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel yang diobservasi signifikan mempengaruhi keputusan kreativitas remaja, sebaliknya apabila nilai t hitung variabel observasi lebih kecil dari nilai t tabel, maka variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kreativitas remaja. Adapun nilai t tabel pada $df = n-k-1$ ($df=62-2-1 = 59$) sebesar 1.67. Selain uji t kriteria untuk signifikansi juga dapat dilihat pada nilai sig. < 0.05 (dua arah).

Hasil estimasi menemukan nilai t hitung variabel ekonomi kreatif sebesar 2,493 lebih besar dari nilai t tabel 1,670 atau nilai signifikansi sebesar 0.015 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yang berarti bahwa variabel ekonomi kreatif berpengaruh signifikan terhadap kreativitas remaja. Maka keputusannya adalah menerima hipotesis H_a .

Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian Sebayang (2012) yang membuktikan jika ekonomi kreatif terbukti berpengaruh positif dalam membangun negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya. Negara-negara membangun potensi ekonomi kreatif dengan caranya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki negara tersebut secara bertahap melahirkan kota-kota kreatif baru, dan telah menjadi yang terdepan dalam kontribusi ekonomi kreatif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Ekonomi kreatif berpengaruh signifikan terhadap kreativitas remaja Sanggar Seni Tari Cut Meutia di Kota Lhokseumawe.
- Nilai koefisien determinasi sebesar 0.306, hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas (ekonomi kreatif) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat (kreativitas remaja) sebesar 30,6%, sisanya sebesar 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh diharapkan kepada manajemen Sanggar Tari Cut Meutia Kota Lhokseumawe, agar terus meningkatkan kreatifitasnya di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Adair (2007). **Cara Menumbuhkan Pemimpin**. Jakarta Gramedia Pustaka Utama
- Alma (2008). **Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum**. Cetakan 12. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, (2002). **Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek**. Rineka Cipta: Jakarta.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2010). **Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia**, Departemen Perdagangan RI, Jakarta.
- Emzir. (2010). **Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data**. Jakarta: Rajawali
- Ferdinand, (2006). **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro
- Geriya (2000). **Transformasi Kebudayaan Bali memasuki Abad XXI** . Surabaya : Paramit
- Ghozali, (2008). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Edisi. Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasan. (2002). **Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya**, Ghalia. Indonesia, Bogor.
- Hurlock (2001). **Psikologi Perkembangan**, Edisi 5. Jakarta: Erlangga
- Klasifikasi Baku Lapangan Indonesia (2005). **Sistem Rujukan Statistik**. sirusa.bps.go.id
- Manguhardjana, (2006). **Mengembangkan kreativitas**. Yogyakarta: Kanisius
- Mina, (2006). **Mengembangkan Kreativitas: Perspektif Psikologi Islam**. Menara Kudus. Yogyakarta
- Munandar (2009). Mengembangkan Inisiatif dan Kreativitas Anak. **Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi PSIKOLOGIKA**, No. 2, Volume II : 1997.
- Nenny (2008). “**Industri Kreatif**”, Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151.
- Riduwan (2009). **Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen**. Bandung: Dewa Ruci.
- Romer (2003). "Looting: The Economic Underworld of Bankruptcy for Profit" with George Akerlof (**Brookings Papers on Economic Activity 2**), William C. Brainard and George L. Perry (eds.), 1993, pp. 1–74).
- Santos (2007). **Human Resources Development**, 5th Edition, South-Western Cengage Learning, Mason
- Sebayang (2012), Analisis Prospek Ekspor Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. **Jurnal USU Press**.
- Scott (2001). **Prinsip-Prinsip Sistem Informasi Manajemen**. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suryana (2003). **Kewirausahaan**. Jakarta: Salemba Empa
- Wiko, (2010). **Industri Kreatif**: Jakarta: Baduose Media.
- Zulkarnain, (2002). **Kreativitas dan Keberbakatan**. Jakarta: PT Gramedia