

DESAIN KURIKULUM PENDIDIKAN VOKASI UNTUK SEKTOR INDUSTRI KREATIF BERBASIS KKNI

Kamin Sumardi

Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Indonesia
kaminsumardi@upi.edu

ABSTRAK

Industri kreatif adalah salah satu sektor yang paling tahan terhadap krisis ekonomi. Industri kreatif berisi kumpulan industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi HKI. Pendidikan vokasi sebagai salah satu pendidikan yang mendesain agar lulusannya memiliki pengetahuan, sikap, kompetensi yang kreatif sangat relevan dengan perkembangan industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh suatu desain kurikulum pendidikan vokasi yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif berbasis KKNI. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan (R&D). Lokasi penelitian yaitu sentra industri kreatif kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurikulum pendidikan vokasi berbasis KKNI mendorong industri kreatif menciptakan proses belajar mengajar yang efektif dan telah mencapai kompetensi yang ditargetkan sesuai dengan standar sebuah industri. Tuntutan kebutuhan kompetensi industri kreatif harus dihasilkan pada proses pendidikan vokasi. Desain kurikulum pendidikan vokasi harus fleksibel, modern dan relevan dengan industri kreatif yang didasarkan pada standar kerja dan kompetensi nasional.

Kata kunci: industri kreatif, kurikulum, vokasi, KKNI, kompetensi.

ABSTRACT

The creative industries are among the sectors most resistant to the economic crisis. Creative industries contains a set of industries that rely on individual creativity, skill and talent that has the ability to improve living standards and the creation of employment through the creation (idea) and exploitation of intellectual property rights. Vocational education as one of education graduates choose a design that knowledge, attitudes, creative competences are highly relevant to the development of creative industries. This study aims to obtain a design of vocational education curriculum relevant to the needs of the creative industries based KKNI. This study uses research and development. The location of research is the creative industrial district of Bandung. The results showed that the vocational education curriculum based KKNI encourage creative industry create an effective learning process and have reached the targeted competencies according to an industry standard. Demands creative industry competence must be generated in the process of vocational education. Design vocational education curriculum should be flexible, modern and relevant to the creative industries that are based on labor standards and national competence.

Keywords: creatives industries, curriculum, vocational, KKNI, competency

PENDAHULUAN

Perubahan orientasi dan paradigma pendidikan yang memberi ruang dan kesempatan pada pendidikan vokasi berkembang di Indonesia. Pendidikan vokasi seharusnya dimaknai yang seluas-luasnya termasuk dalam sektor informal dan industri kreatif. Tidak bisa dipungkiri bahwa sektor industri kreatif adalah salah satu sektor yang paling tahan terhadap krisis ekonomi yang melanda beberapa kawasan di seluruh belahan dunia. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Kemajuan industri di Tiongkok, Taiwan, Korea Selatan, Thailand dan negara Asia Tenggara lainnya adalah di sokong oleh industri kreatif. Industri ini kemudian distandarkan dengan standar kerja dan kompetensi nasional melalui pendidikan vokasi yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif tersebut [2]. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2014) menunjukkan, perkembangan sektor ekonomi kreatif tumbuh 5,76%.

Tatangan besar yang sedang kita hadapi adalah adanya area perdagangan bebas Asia Tenggara (MEA), Asia dan dunia. Dengan jumlah penduduk yang besar, SMK tidak akan sanggup menghasilkan jumlah lulusan yang dibutuhkan pasar kerja yang terus tumbuh dan berkembang. Selain itu, industri kreatif berkembang di luar program yang ada di SMK dengan jumlah program studi yang terbatas. BLK juga belum bisa memenuhi kebutuhan pasar kerja industri kreatif. Munculnya otonomi daerah dapat dijadikan modal dan wahana dalam mengembangkan pendidikan vokasi sesuai dengan kemampuan dan kekayaan daerah masing-masing [10].

Sesuai dengan agenda reformasi dalam bidang pendidikan, khususnya pendidikan kejuruan yang mencakup delapan (8) standar yaitu: standar isi, standar (proses) penilaian, standar proses pembelajaran, standar kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pembiayaan dan standar pengelolaan (manajemen). Strategi pengembangan pendidikan kejuruan dapat dilakukan pada upaya meningkatkan capaian pendidikan melalui pembelajaran yang aktif berbasis kompetensi, efektif, dan peningkatan kompetensi dan profesionalitas guru/instruktur, serta lama di sekolah dalam arti penambahan jam pelajaran [8].

Kurikulum program pendidikan vokasi seyogyanya merangkul dan memberikan solusi dalam menghadapi persaingan ekonomi dan pasar kerja. Melalui desain dan model pendidikan vokasi yang tepat diharapkan pelaku industri kreatif dapat memiliki kompetensi pengetahuan, sikap dan keterampilan jauh lebih baik. Mereka diharapkan lebih kreatif, inovatif, dan lebih produktif, sehingga nantinya mereka bisa sukses dalam menghadapi berbagai persoalan dan tantangan dizamannya, memasuki masa depan yang lebih baik. Desain kurikulum pendidikan vokasi industri kreatif adalah bagian dari pengembangan pendidikan vokasi secara umum yang mencakup kompetensi sikap, pengetahuan, dan keterampilan secara terpadu [5]. Kompetensi lulusan harus memiliki kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan standar nasional (SKKNI) yang telah disepakati. Untuk merealisasikan itu semua perlu didukung oleh desain dan pengembangan perangkat pembelajaran yang baik dan mencakup semua aspek dalam industri kreatif.

Industri kreatif cakupannya cukup luas dan banyak, sehingga penelitian ini perlu membatasi kajiannya. Penelitian ini akan difokuskan pada kelompok industri kreatif dengan muatan teknologi. Kelompok ini tumbuh subur dan berkembang dengan pesat di kota Bandung. Sebagai sebuah industri tentu saja harus memenuhi standar yang telah ditetapkan. Standar tersebut terdiri dari tenaga kerja dan kompetensi yang dipersyaratkan. Untuk diakui dalam komunitas internasional sebuah industri kreatif harus memenuhi standar yang diakui oleh semua pihak. Selama ini para pelaku industri kreatif belum mempunyai standar yang dipersyaratkan tersebut. Akibatnya produk yang dihasilkan sangat sedikit yang bisa menembus pasar regional maupun internasional. Pelaku industri kreatif sebagian besar belum memiliki standar pendidikan, kerja, desain dan produk sesuai dengan SKKNI.

Tujuan penelitian ini untuk menghasilkan desain pendidikan vokasi untuk industri kreatif. Desain pendidikan vokasi yang didasarkan pada standar kerja dan kompetensi Indonesia (SKKNI). Sebagian besar pelaku industri kreatif tidak memiliki pendidikan formal bidang vokasi. Sehingga sebagian besar pula mereka belum memiliki kompetensi yang standard an terhubungan dengan standar sebuah industri. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting karena beberapa hal, sebagai berikut industri memerlukan program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhannya, pendidikan yang paling mungkin adalah pendidikan vokasi. Pendidikan vokasi yang sudah ada belum sepenuhnya selaroh dengan

kebutuhan, sehingga diperlukan desain yang dikembangkan dari kebutuhan industri kreatif. Tenaga kerja pada industri kreatif belum terstandar, sehingga diperlukan pendidikan vokasi yang menggunakan standar kerja dan kompetensi secara nasional. Industri kreatif cakupannya cukup luas dan banyak, sehingga penelitian ini perlu membatasi kajiannya. Penelitian ini akan difokuskan pada kelompok industri kreatif dengan muatan teknologi (vokasi). Kelompok ini tumbuh subur dan berkembang dengan pesat di kota Bandung.

Sebagai sebuah industri tentu saja harus memenuhi standar yang telah ditetapkan. Standar tersebut terdiri dari tenaga kerja dan kompetensi yang dipersyaratkan. Untuk diakui dalam komunitas internasional sebuah industri kreatif harus memenuhi standar yang diakui oleh semua pihak. Selama ini para pelaku industri kreatif belum mempunyai standar yang dipersyaratkan tersebut. Belum adanya dukungan dan tingkat pengetahuan yang masih minim dari instansi terkait mengenai industri kreatif [6]. Akibatnya produk yang dihasilkan sangat sedikit yang bisa menembus pasar regional maupun internasional. Pelaku industri kreatif sebagian besar belum memiliki standar pendidikan, kerja, desain dan produk sesuai dengan SKKNI. Model penguatan kelembagaan industri kreatif ditopang oleh kemampuan fundamental dan lingkungan bisnis, dilakukan melalui berbagai pelatihan, yaitu pelatihan kewirausahaan, pelatihan motivasi, pelatihan koperasi, dan pelatihan pengelolaan website [4].

Industri kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual (*intellectual property*) menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan [1]. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sebagaimana diketahui, industri berbeda dengan ekonomi. Ekonomi bermakna luas, sedangkan industri lebih spesifik. Industri memiliki karakter antara lain, kegiatan produksi yang memiliki nilai tambah, hasil produksi dapat dilakukan secara massal dengan cepat dan akurat, proses produksi melibatkan mesin dan ilmu pengetahuan, memiliki sasaran pelanggan yang terukur, dan dapat dilakukan inovasi produksi secara terus menerus. Pada intinya, industri terkait dengan efisiensi, fungsi organisasi produksi

mapun pemasaran, ketepatan waktu produksi maupun *delivery*, kecepatan, kapasitas produksi, dan efektivitas.

Berdasarkan hasil studi, di Inggris yang mengelompokkan industri kreatifnya ke dalam 13 sektor (*advertising; architecture; art & antiques markets; craft; design; designer fashion; film & video; interactive leisure software; music; performing arts; publishing; software & computer services; television and radio*). Mengadopsi pengklasifikasian tersebut dan didasari dengan beberapa pertimbangan, Indonesia mengelompokkan industri kreatifnya ke dalam 15 kelompok industri (subsektor), yaitu: arsitektur, desain, fesyen, film, video, dan fotografi, kerajinan, layanan komputer dan piranti lunak, musik, pasar barang seni, penerbitan dan percetakan, periklanan, permainan interaktif, riset & pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio.

Berdasarkan klasifikasi di atas, subsektor yang dikelompokkan dengan warna yang sama akan memerlukan strategi pengembangan yang serupa karena kemiripan karakteristik, baik dari aspek sumber daya insani maupun substansi yang harus dikembangkan. Pada umumnya industri kreatif terdiri dari tujuh kelompok atau golongan utama yang mewakili empat belas subsektor industri kreatif di Indonesia [3]. Tujuh kelompok tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kelompok industri publikasi dan presentasi melalui media (*media publishing and presence*). kelompok ini terdiri dari; penerbitan & percetakan dan periklanan.
2. Kelompok industri dengan kandungan budaya yang disampaikan melalui media elektronik (*electronic media presentation with cultural content*). kelompok ini terdiri dari; tv & radio dan film, video, dan fotografi.
3. Kelompok industri dengan kandungan budaya yang ditampilkan ke publik baik secara langsung maupun lewat media elektronik (*cultural presentation*). kelompok ini terdiri dari; musik dan seni pertunjukan.
4. Kelompok industri yang padat kandungan seni dan budaya (*arts and culture intensive*). kelompok ini terdiri dari; kerajinan dan pasar barang seni.
5. Kelompok industri desain. kelompok ini terdiri dari; desain, fesyen, dan arsitektur.
6. Kelompok industri kreatif dengan muatan teknologi (*creativity with technology*). kelompok ini terdiri dari; riset & pengembangan, permainan interaktif, dan teknologi informasi & jasa perangkat lunak.

Industri kreatif mempunyai ciri kreatifitas yang memegang peranan sentral sebagai sumber daya utama (Gambar 1). Industri kreatif lebih banyak membutuhkan sumber daya kreatif yang berasal dari kreatifitas manusia daripada sumber daya fisik. Namun demikian, sumber daya fisik tetap diperlukan terutama dalam peranannya sebagai media kreatif. Pengembangan SDM dalam industri kreatif harus dipetakan secara komprhensif.

Intensitas Sumber Daya



Gambar 1. Peta SDM industri kreatif
(Sumber: Kemenparekraf, 2014)

Kerangka kerja melalui pembagian kelompok industri kreatif ini akan berperan penting dalam menentukan strategi pengembangan. Dengan mengetahui intensitas pemanfaatan sumber daya alam di dalam industri kreatif, maka strategi pengembangan sektor tertentu harus memperhatikan aspek kebijakan pengelolaan sumber daya alam yang dibutuhkan dalam industri tersebut. Selain itu, kebijakan pemerintah dari berbagai instansi yang menyentuh empat aspek dominan yang berbeda di dalam industri kreatif tersebut (Seni dan Budaya, Media, Desain, dan Iptek) akan berdampak pula pada subsektor industri kreatif bersangkutan [7]. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah terhadap pengembangan industri kreatif akan bersifat lintas sektoral dan membutuhkan koordinasi antar instansi.

Rantai proses penciptaan nilai pada umumnya tidak terjadi di sektor industri kreatif. Hal ini tentunya berbeda dengan sektor manufaktur dan industri konvensional lainnya.

Industri kreatif mengutamakan desain dalam penciptaan produk. Industri kreatif membutuhkan kreativitas individu sebagai input utama dalam proses penciptaan nilai.



Gambar 2. Rantai penciptaan nilai pada industri kreatif

Pemahaman mengenai rantai penciptaan nilai dalam industri kreatif akan membantu pemegang kepentingan terkait untuk memahami posisi industri kreatif dalam rangkaian industri (Gambar 2). Rantai nilai yang menjadi pokok perhatian dalam menentukan strategi pengembangan memiliki urutan sebagai berikut:

1. Kreasi, terdiri dari; edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, pengalaman dan proyek, proteksi, agen talenta.
2. Produksi, terdiri dari; teknologi, jaringan outsourcing jasa, skema pembiayaan.
3. Distribusi, terdiri dari; negosiasi hak distribusi, internasionalisasi, infrastruktur.
4. Komersialisasi, terdiri dari; pemasaran, penjualan, layanan (services), promosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian suvei dan ekpos fakto. Penelitian ini ditempuh sesuai dengan beberapa tahapan sampai menghasilkan dokumen akhir (teoritik). Prosedur penelitian dan pengembangan yang akan dilakukan, meliputi: studi pendahuluan, meliputi: survei ke sentra industri kreatif di kota Bandung; mengkaji atau menganalisis secara empiris latar belakang pendidikan para pelaku industri kreatif. Penyusunan desain awal (teoritik) kurikulum program pendidikan vokasi yang dibutuhkan berdasarkan KKNI divalidasi oleh pakar selanjutnya direfleksi dan direvisi. Judgement atau validasi oleh pakar dan praktisi melalui diskusi dengan ahli dan praktisi pendidikan terhadap draf desain program pendidikan vokasi. Uji coba pada skala kecil dan divalidasi oleh pakar dan praktisi melalui diskusi dengan ahli dan praktisi pendidikan terhadap desain kurikulum program pendidikan vokasi.

Subyek penelitian adalah sentra industri kreatif di Kota Bandung Penelitian akan mengambil sampel tiga industri kreatif, khususnya kelompok industri kreatif dengan

muatan teknologi (*creativity with technology*). Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan, dalam penelitian ini digunakan beberapa instrumen, seperti: dokumen, kuesioner/angket, pedoman wawancara, dan pedoman observasi. Dokumen yang berkaitan dengan program pendidikan vokasi yang telah diperoleh, dan standar kompetensi di industri dan dunia usaha. Angket atau kuesioner digunakan untuk menggali data yang berkenaan dengan desain program pendidikan vokasi yang dibutuhkan. Pedoman wawancara digunakan untuk memperoleh data, informasi, dan masukan-masukan bagi penyempurnaan desain dan pengembangan program pendidikan vokasi dari khalayak sasaran dan tim pakar. Pedoman obesrvasi digunakan untuk melihat dan menelaah kegiatan desain dan pengembangan kurikulum program pendidikan vokasi oleh khalayak sasaran penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan vokasi sangat dibutuhkan sebagai bekal para pelaku industri kreatif untuk mampu bersaing. Pendidikan yang diperlukan adalah yang spesifik atau khusus yang menyangkut dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh industri kreatif tersebut. Selama ini, pelaku industri sangat minim memperoleh pendidikan atau pelatihan untuk meningkatkan kemampuannya. Mereka hanya belajar sendiri dari berbagai sumber dan teman sejawatnya serta memanfaatkan media sosial. Pelatihan yang ada kebanyakan hanya parsial dan kurang berkesinambungan. Namun demikian, karena mereka orang yang kreatif, sehingga mereka berusaha sendiri untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan dan keterampilannya.

Muatan kurikulum yang dibutuhkan tidak terlalu banyak, namun mampu memenuhi dahaga kreatifitas mereka. Muatan kurikulum akan sangat berbeda, walaupun mereka masih dalam satu rumpun keilmuan atau keterampilan. Struktur kurikulum yang diperlukan oleh industri kreatif bidang teknologi, berisi antara lain: pengetahuan bahan, dasar keilmuan masing-masing bidang, ilmu terapan sesuai bidang, HAKI, yaitu yang bansalah satu meteri yang harus diberika

Ekonomi kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat. Ekonomi kreatif dengan industri kreatif merupakan sebagai kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utamanya untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia

secara kolektif perlu diintegrasikan ke dalam sistem perekonomian Indonesia secara utuh, sehingga Indonesia memiliki ketahanan ekonomi.

Industri kreatif potensi yang berbeda disetiap wilayah Indonesia, sehingga menjadi penting untuk diidentifikasi kebutuhan, khususnya kebutuhan dalam hal pendidikan. Disisi lain, industri kreatif merupakan industri yang mengandalkan ketersediaan sumberdaya yang efisien dan adanya kreativitas. Kreativitas ini merupakan salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain kreativitas, industri kreatif juga dituntut untuk mampu melakukan efisiensi usaha baik dalam proses produksi maupun dalam aktivitas pemasaran/distribusi. Oleh karena industri kreatif modal utamanya sumber daya manusia, maka kurikulum pendidikan vokasi yang terkait dengan industri kreatif juga harus fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan.

Struktur kurikulum yang diperlukan oleh dalam pendidikan vokasi yang terkait dengan industri kreatif sangat beragam. Namun demikian, dapat diambil secara garis besar mengenai struktur kurikulum pendidikan vokasi, antara lain: konsep dan dasar ilmu ekonomi, teknologi yang sesuai dengan bidang masing-masing, jejaring dan kerjasama, dan teknologi informasi. Ilmu ekonomi terkait dengan bagaimana menciptakan peluang pasar (*supply and demand*), rencana usaha dan *cash flow*. Teknologi merupakan salah komponen yang penting dalam memperkuat kualitas dan kuantitas produksi. Melalui penguasaan dan penerapan teknologi diharapkan mampu bersaing dengan pelaku industri lain, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Jejaring dan kerjasama diperlukan untuk memperkuat dan hubungan dagang yang terkait dalam pemenuhan bahan baku dan pemasaran. Teknologi informasi merupakan salah satu upaya dalam membuka wawasan pelaku industri kreatif. Wawasan tersebut meliputi trend ekonomi, perkembangan teknologi dan desain, memperluas jejaring dan kerjasama serta pemasaran.

Dengan isi kurikulum yang demikian diharapkan industri kreatif kita akan tangguh dan mampu bersaing. Selain itu, dapat menyumbang pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja yang besar. Hasil pendidikan vokasi dengan isi kurikulum yang diuraikan diatas, pasar yang dibidik oleh para pelaku industri kreatif bukan hanya di dalam negeri, tetapi dapat menembus pasar ekspor. Industri kreatif di Indonesia mempunyai peran yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja [9].

Persaingan dalam industri kreatif sangat tinggi dan dinamis. industri kreatif mempunyai ciri-ciri antara lain siklus hidup produknya yang semakin pendek dan tidak dapat diprediksi dengan akurat. Variasi produk yang semakin banyak, bersifat musiman atau menurut peristiwa tertentu, produk yang mudah dibajak atau ditiru, dan tingkat persaingan yang ketat. Oleh karena itu, para pelaku industri kreatif harus terus melakukan inovasi desain atau produk/jasanya. Untuk memenuhi tantangan tersebut tentu saja diperlukan dukungan berbagai pihak dan pelaku industri itu sendiri. Sehingga diperlukan pemetaan potensi jenis industri kreatif yang dapat dikembangkan dan menyusun program pembinaan. Program pembinaan dapat terdiri dari: akses permodalan, insentif, ruang publik untuk berkreasi, ajang promosi, perijinan, prasarana teknologi informasi, dukungan terhadap inkubator industri kreatif, dukungan terhadap pendidikan kreatif, dukungan terhadap pusat desain dan pelatihan, dan statistik industri kreatif. Peran diperlukan oleh berbagai pihak untuk industri kreatif yaitu sebagai promotor, komunikator, stimulator, dan fasilitator pengembangan industri kreatif. Pembinaan yang dilakukan oleh siapapun harus terintegrasi, kontinu dan berkelanjutan sebagai upaya untuk membantu industri kreatif tetap 'suvive' dan terus tumbuh.

KESIMPULAN

Struktur kurikulum pendidikan vokasi untuk sektor industri kreatif fleksibel, terkini dan sesuai dengan karakteristik industrinya memenuhi unsur kreativitas. Struktur kurikulum pendidikan vokasi, meliputi antara lain: konsep dan dasar ilmu ekonomi, teknologi terkini dan ramah lingkungan, jejaring dan kerjasama, serta teknologi informasi. Pendidikan vokasi diberikan dalam berbagai paket pendek (singkat) dan menengah serta tidak perlu jenjang. Pendidikan vokasi dilaksanakan secara kontinu, terintegrasi dan sesuai dengan teknologi yang berkembang di masyarakat sebagai tameng dalam menghadapi persaingan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afiff, F. (2012). *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Binus University.
- [2] Alias, M. & Hassan, R. (2013). TVET agency-industry collaborations: addressing diversity. In: *TVET@Asia*, issue 1, 1-14. Online: http://www.tvet-online.asia/issue1/alias_hassan_tvet1.pdf.
- [3] Antariksa, B. (2012). *Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan dalam Pembangunan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [4] Arifin, A, dan Priyono, R. (2013). Analisis Faktor Kelembagaan Berbasis Keunggulan Kompetitif Pada Industri Kreatif Kerajinan Rambut Purbalingga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 7, (3), p. 173-179.
- [5] Kuswana, W.S. (2013). *Dasar-dasar Pendidikan Vokasi dan Kejuruan*. Alfabeta. Bandung.
- [6] Mellita, D., dan Erlansyah, D. (2014). Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang. In: *Seminar Nasional and Call for Paper Economic Globalization: Trend & Risk for Developing Country*. 22 - 24 May 2014. Bandung.
- [7] Paryono. (2013). Anticipating ASEAN Economic Community 2015: Regional initiatives on human resources development and recognition of professional qualifications. In: *TVET@Asia*, issue 2, 1-8. Online: http://www.tvet-online.asia/issue2/paryono_tvet2.pdf.
- [8] Sumardi, K. (2011). Pembaharuan Pendidikan Kejuruan Menuju Standar Pendidikan Nasional. *Prosiding Seminar Nasional: Eksistensi Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan PTK dalam Menghasilkan Guru Profesional*. p.22-30.
- [9] Syarif, M. Azizah, A dan Priyatna, A. (2015). Analisis Perkembangan dan Peran Industri Kreatif untuk Menghadapi Tantangan MEA 2015. Bandung: *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*, page B27-B30.
- [10] Tamrin, A.G. (2013). Penyelarasan antara Permintaan dengan Penyediaan Guru Produktif Berdasarkan Spektrum Keahlian Di SMK dalam Perspektif Desentralisasi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik dan Kejuruan*. 6 (1), p.55-67.