

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA IBM BEKASI)

Oleh:

Jihan Nurhaliza¹

Asep Nurimam Munandar²

Puti Khairani Rijadi³

Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

Alamat: Jl. Dewi Sartika No.1, RT.005/RW.006, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat (17113).

Korespondensi Penulis: jihannhlz@gmail.com, andar@ibm.ac.id,
putikhairani@ibm.ac.id.

Abstract. This study investigates how religiosity and the creative economy affect the financial independence of students at the Muhammadiyah Institute of Business (IBM) Bekasi. Religiosity is viewed as a moral and spiritual foundation that shapes ethical and responsible economic behavior in accordance with Islamic values. Meanwhile, the creative economy serves as a platform for students to develop ideas, innovations, and creativity in creating economically valuable business opportunities. The research employs a quantitative method using the Partial Least Square (PLS) approach through SmartPLS 3.29 software, involving 176 student respondents. The analysis results show that religiosity has a significant effect on economic independence (T -statistic 4.235; P -value $0.000 < 0.05$), as does the creative economy (T -statistic 8.102; P -value $0.000 < 0.05$). These findings indicate that higher religiosity strengthens students' motivation to engage in halal, ethical, and productive entrepreneurial activities. However, the creative economy contributes more significantly to shaping students' financial independence through the development of innovative ideas and the creation of economic value. Thus,

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

religiosity and the creative economy complement each other in fostering students' financial independence in today's competitive modern economy.

Keywords: Religiosity, Creative Economy, Economic Independence, Students.

Abstrak. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan ekonomi kreatif terhadap kemandirian keuangan mahasiswa Institut Bisnis Muhammadiyah (IBM) Bekasi. Religiusitas dipahami sebagai landasan moral dan spiritual yang membentuk perilaku ekonomi yang beretika, bertanggung jawab, serta sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sementara itu, ekonomi kreatif dipandang sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide, inovasi, dan kreativitas dalam menciptakan peluang usaha yang bernilai ekonomis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) melalui perangkat lunak *SmartPLS 3.29*, melibatkan 176 responden mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kemandirian ekonomi ($T\text{-statistic } 4,235$; $P\text{-value } 0,000 < 0,05$), begitu pula ekonomi kreatif ($T\text{-statistic } 8,102$; $P\text{-value } 0,000 < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin kuat motivasi mahasiswa untuk berusaha secara halal, etis, dan produktif. Namun demikian, ekonomi kreatif terbukti memberikan kontribusi yang lebih besar dalam membentuk kemandirian ekonomi mahasiswa melalui pengembangan ide-ide inovatif dan penciptaan nilai tambah ekonomi. Dengan demikian, religiusitas dan ekonomi kreatif berperan saling melengkapi dalam memperkuat kemandirian finansial mahasiswa di era ekonomi modern yang kompetitif ini.

Kata Kunci: Religiusitas, Ekonomi Kreatif, Kemandirian Ekonomi, Mahasiswa.

LATAR BELAKANG

Di dunia yang dipenuhi dengan digitalisasi dan globalisasi saat ini, perubahan ekonomi yang signifikan memengaruhi kehidupan mahasiswa, termasuk mahasiswa IBM Bekasi. Mahasiswa tidak hanya diharuskan untuk berprestasi secara akademik, tetapi mereka juga diharuskan untuk memiliki kemandirian keuangan mereka sendiri. Siswa dimotivasi untuk menjadi kreatif, inovatif, dan berwirausaha melalui Program Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Selain itu, program ini mendukung kebijakan pemerintah yang mendorong anak muda untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi kreatif.

Pemerintah menegaskan melalui Undang-Undang Cipta Kerja, atau *Omnibus Law*, bahwa pengembangan ekonomi kreatif sangat penting untuk membangun ekonomi nasional, khususnya untuk generasi muda dan mahasiswa. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2019, ekonomi kreatif adalah kekuatan ekonomi yang berasal dari ide, kreativitas, dan inovasi. Dengan kebijakan ini, diharapkan mahasiswa dapat meningkatkan kemandirian keuangan mereka dengan berpartisipasi dalam kegiatan kreatif, wirausaha, dan program beasiswa.

Konsep ekonomi yang menggunakan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai kunci untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi disebut ekonomi kreatif. Produksi sektor ini bergantung pada kemampuan sumber daya manusia, yang menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan. Departemen Perdagangan Republik Indonesia mengatakan bahwa untuk menghasilkan nilai ekonomi, ekonomi kreatif memerlukan bakat, keterampilan, dan kreativitas.

Dalam perspektif Islam, Sesuai dengan prinsip syariah, ekonomi kreatif adalah gagasan yang mengutamakan kreativitas, ide, dan inovasi. Prinsip ini meliputi etika bisnis, keadilan, kejujuran, serta larangan terhadap praktik yang tidak halal, seperti riba, gharar, dan maysir. Hal ini sejalan dengan QS. Al-Ankabut ayat 17, yang menegaskan bahwa rezeki sejati berasal dari Allah, sehingga manusia diperintahkan untuk mendapatkan uang dengan cara yang halal dan diberkahi. Kemandirian finansial adalah hal penting bagi siswa karena mencerminkan kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan uang mereka sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Sebaliknya, religiusitas siswa menunjukkan bagaimana mereka menerapkan prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari. Kedua komponen ini saling berhubungan dan berkontribusi pada pembentukan karakter mahasiswa yang matang secara spiritual dan finansial.

Partisipasi pemuda dalam aktivitas ekonomi meningkat dari 67,77% pada tahun 2020 menjadi 70,63% pada tahun 2024, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Jumlah Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) yang meningkat ini menunjukkan dorongan kuat bagi generasi muda untuk mencapai kemandirian finansial. Namun, penelitian di lapangan menunjukkan bahwa keyakinan religius yang kuat tidak selalu dikaitkan dengan kemandirian keuangan. Sebaliknya, mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ekonomi kreatif lebih mampu menunjukkan kemandirian keuangan melalui kreativitas dan inovasi.

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

Dalam hal kemandirian ekonomi, ekonomi kreatif, dan religiusitas, penelitian sebelumnya menunjukkan banyak temuan. Fernandes (2020) menemukan bahwa pelatihan usaha dan kewirausahaan mempengaruhi keinginan siswa untuk berwirausaha dalam bidang pendidikan ekonomi kreatif. Religiusitas memengaruhi sikap kewirausahaan santri, menurut Wibowo & Sujono (2021). Hilmi et al. (2018) menekankan pengaruh pelatihan dan dukungan modal terhadap kemandirian ekonomi mustahik. Di sisi lain, Kharisma et al. (2024) menekankan peran kreativitas, modal, dan minat berwirausaha dalam perkembangan ekonomi kreatif siswa. Namun, tidak banyak penelitian yang menggabungkan ekonomi kreatif dan religiusitas dalam menentukan kemandirian finansial mahasiswa. Akibatnya, fokus penelitian ini adalah mahasiswa IBM Bekasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana religiusitas mempengaruhi kemandirian keuangan mahasiswa dan pengaruh ekonomi kreatif terhadap kemandirian keuangan mahasiswa. Diharapkan penelitian ini akan memberikan perspektif baru tentang bagaimana nilai religiusitas dan nilai ekonomi kreatif mempengaruhi cara mahasiswa memperoleh kemandirian keuangan.

KAJIAN TEORITIS

Religiusitas merupakan suatu kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketiaatan terhadap ajaran agama yang dia anut. Religiusitas tercermin dari keyakinan, praktik ibadah, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, serta konsekuensi dari nilai-nilai yang dianut.

Religiusitas merupakan suatu kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketiaatan terhadap ajaran agama yang dia anut. Religiusitas tercermin dari keyakinan, praktik ibadah, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, serta konsekuensi dari nilai-nilai yang dianut.

Nilai religiusitas yang kuat membantu orang mengontrol perilaku yang dilarang agama, mendorong tindakan yang lebih positif dan sesuai standar.

Dalam Islam, religiusitas dipahami melalui keterikatan seorang Muslim terhadap syariat, ketiaatan dalam menjalankan ibadah wajib maupun sunnah, serta upaya untuk menjauhi larangan Allah. Mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas baik diharapkan mampu menunjukkan kedisiplinan, kejujuran, kewajiban, dan semangat kerja yang tinggi. Hal ini dapat berfungsi sebagai dasar yang kuat untuk membangun kemandirian ekonomi.

Peneliti dalam penelitian sebelumnya menemukan bahwa religiusitas sangat penting bagi seorang pengusaha. Semua tindakan bisnis seorang pebisnis akan bergantung pada keyakinan mereka, baik dalam pembuatan bisnis, memasarkan produk, mengolah dan menghasilkan produk, atau bahkan mengelola keuangan perusahaan mereka.

H1: Religiusitas berpengaruh terhadap kemandirian ekonomi mahasiswa.

Kreativitas, ide, dan inovasi adalah kunci untuk menciptakan nilai tambah ekonomi, menurut konsep pembangunan ekonomi yang dikenal sebagai "ekonomi kreatif." Sektor ini memanfaatkan bakat, keterampilan, dan daya cipta individu untuk menghasilkan barang dan jasa yang menguntungkan dan memiliki daya saing tinggi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah menetapkan 16 subsektor ekonomi kreatif, termasuk aplikasi interaktif, seni kuliner, kriya, fashion, musik, film, dan seni.

Studi ini didasarkan pada teori pemberdayaan untuk menjelaskan hubungan antara religiusitas mahasiswa dan keterlibatan mereka dalam ekonomi kreatif. Mahasiswa ekonomi Islam Prodi memiliki nilai-nilai keagamaan sebagai motivasi internal yang membentuk sikap mereka, etika kerja, dan keinginan untuk menjadi uang sendiri.

Ketika seseorang membuat keputusan ekonomi secara mandiri, mereka tidak terpengaruh atau terpengaruhi oleh kebijakan ekonomi lain. Ini adalah bukti kemandirian ekonomi.

Menurut perspektif Islam, pengembangan ekonomi kreatif harus didasarkan pada prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan keterbukaan, serta penolakan riba, gharar, dan maysir. Akibatnya, selain menghasilkan keuntungan moneter, ekonomi kreatif harus menghasilkan keberkahan dan kebaikan, serta sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Studi sebelumnya menemukan bahwa berbisnis di era ekonomi kreatif lebih menyenangkan daripada berbisnis di era ekonomi konvensional. Selain itu, pertukaran informasi tanpa batasan memungkinkan pertumbuhan bisnis yang dapat dijual secara terbatas. Masyarakat saat ini memilih konten digital. memotivasi masyarakat untuk menjadi kreatif, inovatif, dan ramah lingkungan. Mereka harus lebih menyadari kecanggihan teknologi karena keterbatasannya. Ini menjadi inspirasi untuk meningkatkan dan membuat produk baru untuk memenuhi kebutuhan baru.

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

H2: Ekonomi kreatif berpengaruh terhadap kemandirian ekonomi mahasiswa.

Kemandirian ekonomi berarti seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Memiliki kemampuan untuk membayar kebutuhan sehari-hari, menghasilkan pendapatan sendiri, dan mengelola keuangan secara bijak adalah semua hal yang dimaksudkan untuk mahasiswa untuk memiliki kemandirian finansial.

Kemandirian keuangan juga menunjukkan kemampuan mahasiswa untuk memanfaatkan potensi mereka untuk mengatasi masalah keuangan. Kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan keinginan untuk bekerja keras adalah semua kualitas yang biasanya dimiliki oleh siswa yang mandiri secara finansial. Oleh karena itu, menjadi mandiri ekonomi tidak hanya berarti memiliki uang, tetapi juga memiliki sikap mental yang baik dan keterampilan yang akan membantu Anda menghadapi masalah di masa depan.

Bagian dari nilai kemandirian (istiqlal) dalam perspektif Islam adalah kemandirian ekonomi; nilai ini menekankan pentingnya bekerja keras, menghindari malas, dan tidak bergantung pada orang lain. Rasulullah SAW menunjukkan betapa pentingnya untuk bekerja dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup secara halal. Oleh karena itu, kemandirian finansial mahasiswa tidak hanya bernilai secara sosial, tetapi juga merupakan cara untuk menganut iman dalam kehidupan sehari-hari.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa peran kemandirian terdiri dari dua kata : "kemandirian" mengacu pada dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai atau menyelesaikan suatu tugas dan "kemandirian" juga mengacu pada upaya seseorang untuk mencapai tujuan, baik dalam hal prestasi maupun kerja. Pernyataan ini sejalan dengan gagasan bahwa kemandirian membuat seseorang lebih kreatif dan berhasil, yang menghasilkan mereka menjadi orang yang produktif dan efisien.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis hubungan antara variabel religiusitas (X1), ekonomi kreatif (X2), dan kemandirian ekonomi mahasiswa (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Islam IBM Bekasi angkatan 2021 sebanyak 313 orang. Pengambilan

sampel dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 176 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner tertutup yang disebarluaskan melalui *Google Form*. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu identitas responden pernyataan yang mengukur ketiga variabel menggunakan skala *Likert* empat poin. Data primer dikumpulkan langsung dari responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari referensi seperti jurnal dan buku yang relevan.

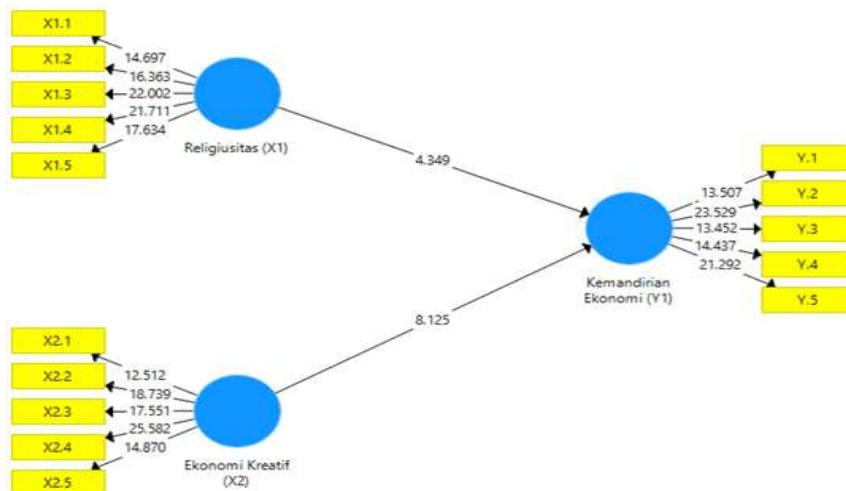
Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software SmartPLS* 3.29, yang sesuai untuk data dalam skala kecil dan tidak memerlukan asumsi distribusi normal. Analisis dilakukan dalam dua tahap: *outer model* dan *inner model*. Uji *outer model* mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen melalui indikator seperti *loading factor* ($>0,7$), *cross loading*, *composite reliability* ($>0,7$), AVE ($>0,5$), dan *Cronbach's Alpha* ($>0,6$). Sementara itu, uji *inner model* bertujuan untuk melihat pengaruh antar variabel laten melalui R-Square, nilai efek (f^2), dan prediksi relevansi model (Q^2). Pendekatan ini membantu memastikan bahwa model yang digunakan valid dan dapat memprediksi hubungan antar variabel secara akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil pengolahan data *SmartPLS*, variabel Religiusitas (X1) diukur melalui lima indikator (X1.1–X1.5), dengan nilai faktor pengisi berkisar antara 14.697 dan 22.002; variabel Ekonomi Kreatif (X2) juga diukur melalui lima indikator (X2.1–X2.5), dengan nilai faktor pengisi berkisar antara 12.512 dan 25.582; dan variabel Kemandirian Ekonomi (Y1) diukur melalui lima indikator (Y1.1–Y1.5), dengan nilai faktor pengisi berkisar antara 13.452 dan 23.529. Bagian tengah memiliki tulisan gambar, tabel, atau grafik yang diberi nomor dan judul. seperti yang ditunjukkan dalam contoh berikut

Gambar 1. **Hasil Pengolahan Data *SmartPLS***

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI



Uji Validitas

Tabel 1. *Cronbach Alpha & Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reability</i>
Religiusitas (X1)	0,828	0,879
Ekonomi Kreatif (X2)	0,787	0,854
Kemandirian Ekonomi (Y1)	0,786	0,854

Semua konstruk dalam penelitian ini menunjukkan nilai reliabilitas yang memadai baik dari segi *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability*. Konstruk Religiusitas (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,828 dan nilai *Composite Reliability* sebesar 0,879, masing-masing di atas batas minimum yang disarankan (0,6 untuk *Cronbach's Alpha* dan 0,7 untuk *Composite Reliability*). Ini menunjukkan bahwa pengukuran religiusitas telah konsisten dan dapat diandalkan. Konstruksi Ekonomi Kreatif (X2) menerima nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,787 dan Reliabilitas Komposit sebesar 0,854. Nilai yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa indikator-indikatornya memiliki tingkat konsistensi yang tinggi di dalamnya.

Namun, konstruk Kemandirian Ekonomi (Y1) menunjukkan bahwa semua indikatornya memiliki reliabilitas yang baik dan dapat diandalkan, dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,786 dan Reliabilitas Komposit sebesar 0,854.

Secara keseluruhan, hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa semua struktur model memenuhi persyaratan reliabilitas, jadi itu layak untuk digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Pengujian R-Square

Setelah dilakukan evaluasi terhadap model pengukuran dan seluruh konstruk terbukti memenuhi kriteria *convergent validity*, *discriminant validity*, serta *composite reliability*, maka tahap berikutnya adalah melakukan evaluasi terhadap model struktural (*structural model*). Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan antar variabel dalam model dapat dijelaskan secara statistik.

Tabel 2. R-Square

	R-Square	Adjusted R-Square
Kemandirian Ekonomi (Y1)	0,546	0,541

Tabel 2, menunjukkan nilai R-Square *adjustable* (R²) dan nilai R-Square normal untuk variabel Y1 (Kemandirian Ekonomi). Nilai R² sebesar 0,546 mengindikasikan bahwa 54,6% variasi pada variabel Kemandirian Ekonomi adalah mungkin untuk menjelaskan variabel independen dalam model, misalnya Religiusitas dan Ekonomi Kreatif (jika ini adalah variabel independennya dalam penelitian Anda). Dengan kata lain, model struktural memiliki kemampuan cukup kuat dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap Kemandirian Ekonomi.

Namun, nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,541 menunjukkan bahwa, setelah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor yang digunakan, ada variasi yang tetap yang dapat dijelaskan oleh model. Nilai ini memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap kecocokan model, terutama bila melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Nilai 0,546 berada dalam kategori sedang hingga kuat, yang berarti model ini cukup memadai hingga baik dalam menjelaskan hubungan antara konstruk eksogen dan endogen.

Hasil Uji Hipotesis

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

Dalam penelitian ini, analisis uji statistik dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen Religiusitas dan Ekonomi Kreatif terhadap variabel dependen Kemandirian Ekonomi mahasiswa IBM Bekasi. Nilai P dan statistik T diperoleh melalui metode *Partial Least Square—Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang menggunakan teknik *bootstrap*. Peneliti dapat menilai kekuatan dan arah hubungan antar konstruk secara lebih akurat dengan menggunakan nilai-nilai ini untuk mengukur signifikansi hubungan antar variabel dalam model yang telah dibangun, meskipun data yang digunakan tidak memenuhi asumsi distribusi normal dan ukuran sampel relatif terbatas. Nilai *P-Value* digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi apakah hubungan antar variabel secara statistik signifikan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Nilai t-statistik dan nilai signifikansi (*P-Value*) dari hubungan antar variabel laten digunakan untuk menguji hipotesis. Kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antar variabel jika nilai t-statistik lebih besar dari 1,66 dan nilai P kurang dari 0,05.
2. Tidak ada pengaruh signifikan jika nilai t-statistik kurang dari 1,66 dan nilai P lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	<i>Original Sample Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Religiusitas (X1) ->					
Kemandirian Ekonomi (Y1)	0,300	0,303	0,071	4,235	0,000
Ekonomi Kreatif (X2) ->	0,535	0,533	0,066	8,102	0,000

Pengaruh Religiusitas terhadap Kemandirian Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dengan nilai P 0,000 dan nilai T 4,235, ada hubungan signifikan secara statistik antara religiusitas dan kemandirian ekonomi. Nilai P lebih rendah dari 0,05 dan nilai T lebih tinggi dari nilai t-tabel (1,96). Oleh karena itu, hipotesis nol tidak benar karena ada bukti yang cukup untuk menunjukkan bahwa religiusitas berdampak besar pada kemandirian finansial mahasiswa IBM Bekasi.

Mahasiswa yang sangat religius, misalnya, cenderung lebih selektif dalam memilih jenis usaha yang mereka lakukan. Mahasiswa religius lebih memilih bisnis halal dengan keuntungan yang mungkin lebih kecil, tetapi membawa keberkahan. Mereka menghindari bisnis yang mengandung riba, gharar, atau aktivitas yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, meskipun bisnis tersebut menjanjikan keuntungan yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berfungsi sebagai penghalang moral dalam pengambilan keputusan keuangan, memungkinkan mahasiswa untuk mempertahankan nilai-nilai agama mereka sambil menghasilkan uang sendiri.

Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Kemandirian Ekonomi

Hasil uji menunjukkan bahwa, dengan nilai statistik T sebesar 8,102 dan nilai P sebesar 0,000, ekonomi kreatif memiliki hubungan yang sangat signifikan secara statistik dengan kemandirian ekonomi mahasiswa IBM Bekasi. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak, dan ekonomi kreatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemandirian ekonomi mereka. Nilai t-tabel jauh lebih rendah daripada nilai statistik T (1,96).

Ekonomi kreatif memberikan kesempatan nyata bagi mahasiswa untuk menghasilkan uang secara mandiri. Melalui berbagai platform digital, siswa yang mahir dalam desain grafis, fotografi, atau digital marketing dapat menawarkan jasa secara freelance. Aktivitas ini memungkinkan siswa menghasilkan uang tambahan, yang memungkinkan mereka bertahan hidup tanpa bergantung pada orang tua mereka. Selain itu, ada mahasiswa yang menghasilkan produk kuliner atau fesyen yang didasarkan pada

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

tren digital, yang memungkinkan mereka untuk memperoleh kemandirian keuangan selain menciptakan lapangan kerja kecil-kecilan untuk teman sebaya mereka. Hal ini menunjukkan bahwa berpartisipasi dalam ekonomi kreatif membantu siswa menjadi lebih mandiri dan meningkatkan kepercayaan diri, inovasi, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan zaman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai T statistik 4,235 dan nilai p 0,000 yang kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki dampak yang signifikan terhadap kemandirian keuangan mahasiswa IBM Bekasi. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai-nilai religius seperti kejujuran, kerja keras, amanah, dan ketiaatan agama berfungsi sebagai fondasi moral yang mendorong mahasiswa untuk berusaha untuk menjadi mandiri secara finansial. Religiusitas tidak hanya memiliki aspek spiritual, tetapi juga menjadi inspirasi untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kemandirian keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa religiusitas dan ekonomi kreatif sama-sama memainkan peran penting dalam membentuk kemandirian finansial mahasiswa. Religiusitas berfungsi sebagai landasan moral dan spiritual yang mendorong mahasiswa untuk berusaha secara halal, etis, dan produktif, sedangkan ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang lebih nyata dalam menciptakan peluang usaha dan penghasilan mandiri.

DAFTAR REFERENSI

- Bps.go.id. “Penduduk-Berumur-15-Tahun-Ke-Atas-Menurut-Jenis-Kegiatan @ Wwww.Bps.Go.Id,” n.d
- Diana, Putri. “Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas Dan Di Desa Peliatan.” *Jurnal Analisis Pariwisata* 17, no. 2 (2017): 87–90.
- Fajri, Dwi latifatul. “Pengertian-Ekonomi-Kreatif-Menurut-Para-Ahli-Dan-Ciri-Cirinya @ Katadata.Co.Id,” 2023.
- Fernandes, Ari. “Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Universitas

- Islam Oki (Uniski) Kayugung.” *Motivasi* 5, no. 1 (2020): 826. <https://doi.org/10.32502/mti.v5i1.3483>.
- Handayani. “Bab III Metode Penelitian.” *Suparyanto Dan Rosad* (2015 5, no. 3 (2020): 248–53.
- Hans Riwu Manu, Rolens Erens. “Pengaruh Kemandirian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.” *Journal Economic Education, Business and Accounting* 2, no. 1 (2023): 108–11. <https://doi.org/10.35508/jeeba.v2i1.10706>.
- Ilfi Nurdiana. “Ekonomi Islam Dalam Pusaran Intelektual Muslim,” 2020, 160.
- Kafka Nafisa, Zahira, Muhammad Fauzan Rofiqul Aqwam, Ridwan Firmansyah, Fia Dwi Fatmawati, Nabila Salsabila, and Anindya Zalfa Pratasya. “Relevansi Konsep Ekonomi Islam Dalam Era Digital.” *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 17, no. 2 (2025): 1–15.
- Kharisma, Anugerah Sekar, Intan Indah Utami, Anisa Damayanti, and Nisrina Nabiha. “Pengaruh Kreativitas , Modal Usaha Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Uin Raden Mas Said Surakarta Terhadap Ekonomi Kreatif” 8, no. 1 (2024).
- Luthfiah, 2024. “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ditinjau Dari Perspektif Islam,” No. February (2024): 4–6.
- Majdina, Nadhilah Idzni, Budi Pratikno, and Agustini Tripena. “4. Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus.” *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika* 16, no. 1 (2024): 73.
- Menteri Kesehatan, 2014. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z,” no. February (2024): 4–6
- Puspita, Widya Chandra. “Studi Komparasi Tingkat Religiusitas Antara Siswa Putra Berasrama Dengan Siswa Putra Non Asrama Kelas X Di MA Ma’arif Udanawu Blitar” 1, no. 2005 (2019): 1–23.
- Rohman, 2020.M. “Peran Industri Kreatif.” *Bulletin of the Institute of Public Health* 22, no. 3 (2020): 151–55.
- Siti Syahsudarmi. “Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Alternatif Meningkatkan Daya Saing Di Digital.” *Jurnal Daya Saing* 5, No 1 (2019): 23.

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN EKONOMI KREATIF TERHADAP KEMANDIRIAN EKONOMI

- Solihin, Khabib. "Strategi Penguatan Kemandirian Ekonomi Pesantren Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah." *Santri: Journal of Pesantren and Fiqh Sosial* 5, no. 1 (2024): 85–114. <https://doi.org/10.35878/santri.v5i1.1209>.
- Sudrajat, Bayu, and Salma Mutinida. "Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Syariah: Tinjauan Literature Tentang Pengaruhnya Dalam Pembentukan Binsis Kreatif." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 3, no. 2 (2020): 2620–7680.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020. "Sempel Menurut Sugiyono (2017)." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2019, 28–55.
- Suryadi, Bambang, and Bahrul Hayat. *Religiusitas_Cover_setengah Isi Buku_Daftar Pustaka*, 2021.
- Tampubolon, Manotar. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43.
- Uno, Sandiaga Salahuddin. "Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 8 Tahun 2022 Tentang Satu Data Bidang Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif," no. 3 (2022): 198708.
- Wibowo, Febrian Wahyu, and Rusny Istiqomah Sujono. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Wirausaha Muslim Muda (Studi Kasus Pondok Pesantren Di Yogyakarta)." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (2021): 138. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.867>.
- Widiandari, Febri, Nailurrohmah Khoiri, and Assya Syahnaz. "Penguatan Nilai-Nilai Religiusitas Remaja Pada Era Digital." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 4 (2023): 1661–67. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i4.5051>.
- Yuliana, meryam septi. "Peningkatan Sikap Kemandirian..., Meryam Septi Yuliana, FKIP, UMP, 2016," 2016, 8–26.