

SKRIPSI

PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS POTENSI PASAR DAN PENGETAHUAN TERHADAP MOTIVASI EKONOMI KREATIF DI KOTA BANDA ACEH



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD IQBAL
NIM. 190602060**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/1447 H**

SKRIPSI

PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS POTENSI PASAR DAN PENGETAHUAN TERHADAP MOTIVASI EKONOMI KREATIF DI KOTA BANDA ACEH



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD IQBAL
NIM. 190602060**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 190602060
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 Agustus 2025

Yang Menyatakan


(Muhammad Iqbal)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar Dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif di Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Muhammad Iqbal

NIM: 190602060

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Ayumiati, SE., M.Si., CTTr
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II,

Seri Murni, SE., M.Si., Ak
NIP. 197210112014112001

Mengetahui,
Ketua Prodi,

Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I.
NIP. 197612172009122001

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar Dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif Di Kota Banda Aceh

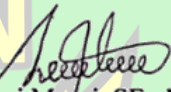
Muhammad Iqbal

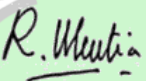
NIM: 190602060

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan
Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 28 Agustus 2025 M
4 Rabi'ul Awal 1447 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

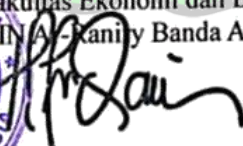

Ketua,
Ayumiati, SE., M.Si., CTT
NIP. 197806152009122002


Sekretaris,
Seri Murni, SE., M.Si., Ak
NIP. 197210112014112001

Penguji I,

Rachmi Meutia, M.Sc
NIP. 198803192019032013

Penguji II,

Rizki Mulia Nanda, S.H., M.E
NIP. 199507072025051002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: librari@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Iqbal
NIM : 190602060
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 190602060@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar Dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

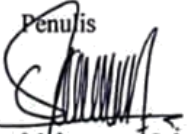
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

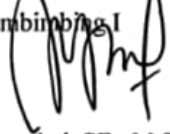
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

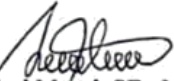
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 28 Agustus 2025

Mengetahui

Penulis

Muhammad Iqbal
NIM. 190602060

Pembimbing I

Ayumiati, SE., M.Si., CTT
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Seri Murni, SE., M.Si., Ak
NIP. 197210112014112001

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif di Kota Banda Aceh”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1), Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Muksal, S.E.I., M.E.I. selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium dan para staff Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Ayumiati, SE., M.Si., CTr sebagai pembimbing I dan Seri Murni, SE., M.Si., Ak sebagai pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu berharga, arahan yang penuh kesabaran, dukungan yang tiada henti, serta motivasi yang senantiasa menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Bimbingan dan perhatian yang telah diberikan menjadi cahaya penuntun dalam setiap langkah perjalanan akademik ini.
5. Junia Farma, M.Ag. selaku dosen Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah. Juga kepada seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Teruntuk kedua orang tua tercinta. Ayahanda Zainunsyah dan Ibunda Husniati, dua malaikat tanpa sayap yang selalu mencurahkan cinta, doa, dan dukungan tanpa henti. Setiap tetes keringat, setiap lirih doa, dan setiap langkah yang kalian tempuh demi kebaikan anakmu adalah alasan terbesar dia bisa sampai di titik ini. Skripsi ini adalah bukti kecil dari pengorbanan besar kalian, yang tak akan pernah bisa dibalas sepenuhnya. Juga untuk keluarga besar tercinta, yang dengan kasih sayang dan perhatian selalu menjadi pelita di saat gelap, penguat di saat lemah, dan alasan untuk terus melangkah. Semoga karya ini menjadi tanda terima kasih atas cinta kalian yang tak pernah lekang oleh waktu.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan semangat juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Teman-teman Prodi ekonomi Syariah

Angkatan 2019 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh pihak yang telah tulus dan ikhlas dalam membantu peneliti, dan memberikan do'a serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. ***Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times. I want to thank me for deciding not to give up, no matter how difficult the process of writing this thesis was, and for completing it to the best of my ability. This is an achievement worth celebrating. Always be happy wherever you are. Whatever your strengths and weaknesses, let's celebrate ourselves.***

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 28 Agustus 2025
Penulis

Muhammad Iqbal

TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal R - R A N I R Y

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

Haul : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
ؤِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Al-Madīnah Al-Munawwarah/ Al-Madinatul Munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalḥah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 190602060
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M.Si., CTT
Pembimbing II : Seri Murni, SE., M.Si., Ak

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang berfokus pada penciptaan nilai melalui kreativitas dan inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat religiusitas, potensi pasar dan pengetahuan terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh. Populasinya adalah pemuda dengan jumlah sampel 100 orang. Menggunakan metode kuantitatif, teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, potensi pasar secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi ekonomi kreatif, sedangkan pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi ekonomi kreatif. Secara simultan tingkat religiusitas, potensi pasar dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: *Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar, Pengetahuan, Motivasi Ekonomi Kreatif*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 15
2.1 Motivasi Ekonomi Kreatif.....	15
2.1.1 Pengertian Motivasi Ekonomi Kreatif	15
2.1.2 Unsur-Unsur Ekonomi Kreatif	18
2.1.3 Indikator Motivasi Ekonomi Kreatif.....	19
2.1.4 Perbedaan Ekonomi Kreatif dan Konvensional	20
2.2 Tingkat Religiusitas.....	21
2.2.1 Pengertian Tingkat Religiusitas	21
2.2.2 Indikator Tingkat Religiusitas	23
2.3 Potensi Pasar	24
2.3.1 Pengertian Potensi Pasar	24
2.3.2 Indikator Potensi Pasar	27
2.4 Pengetahuan.....	28
2.4.1. Pengertian Pengetahuan	28
2.4.2. Indikator Pengetahuan	30
2.5 Penelitian Terkait	31

2.6	Kerangka Berpikir	39
2.7	Keterkaitan Antar Variabel	41
2.7.1	Pengaruh Religiusitas terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	41
2.7.2	Pengaruh Potensi Pasar terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	43
2.7.3	Pengaruh Pengetahuan terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	45
2.7.4	Interaksi Antara Religiusitas, Potensi Pasar dan Pengetahuan.....	46
2.8	Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		49
3.1	Desain Penelitian	49
3.2	Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1	Jenis Data	52
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	52
3.4	Skala Pengukuran Data	53
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	54
3.6	Instrumen Penelitian.....	56
3.6.1	Uji Validitas	56
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	57
3.7	Uji Asumsi Klasik	59
3.7.1	Uji Normalitas	59
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	60
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.9	Pengujian Hipotesis.....	62
3.9.1	Uji Parsial (Uji T)	62
3.9.2	Uji Statistik (Uji F)	62
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
4.1.1	Kota Banda Aceh.....	64

4.2	Karakteristik Responden	65
4.3	Analisis Deskriptif	69
4.3.1	Deskriptif Variabel Tingkat Religiusitas (X_1)	70
4.3.2	Deskriptif Variabel Terhadap Potensi Pasar (X_2).....	71
4.3.3	Deskriptif Variabel Terhadap Pengetahuan (X_3).....	73
4.3.4	Deskriptif Variabel Motivasi Ekonomi Kreatif (Y)	74
4.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	75
4.4.1	Uji Validitas	75
4.4.2	Uji Reliabilitas	79
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	79
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	79
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.7	Hasil Uji Hipotesis	85
4.7.1	Uji Parsial (Uji t)	85
4.7.2	Uji Statistik (Uji F)	87
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.8	Pembahasan	89
4.8.1	Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	90
4.8.2	Pengaruh Potensi Pasar Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	93
4.8.3	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif	97
4.8.4	Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar Dan Pengetahuan Secara Bersama-Sama Mempengaruhi Motivasi Ekonomi Kreatif	100
BAB V PENUTUP.....		104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		107
DAFTAR LAMPIRAN		112

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait	37
Tabel 3. 1 Skala Likert	53
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	67
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	68
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Usaha	69
Tabel 4. 7 Persepsi Berdasarkan Interval Skor	70
Tabel 4. 8 Persepsi Responden Terhadap Variabel Tingkat Religiusitas	70
Tabel 4. 9 Persepsi Responden Terhadap Variabel Potensi Pasar ..	71
Tabel 4. 10 Persepsi Responden Terhadap Variabel Pengetahuan.	73
Tabel 4. 11 Persepsi Responden Terhadap Variabel Motivasi Ekonomi Kreatif	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Religiusitas	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Potensi Pasar	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Ekonomi Kreatif	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Parsial (Uji t)	86
Tabel 4. 21 Hasil Uji Statistik (Uji F)	87
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Banda Aceh Tahun 2023.....	5
Gambar 1. 2 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kontribusi terhadap PDB Nasional (2010-2022).....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Kurva Normal Propability Plot.....	81
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	112
Lampiran 2: Tabulasi Data	117
Lampiran 3: Karakteristik Responden	126
Lampiran 4: Uji Validasi	128
Lampiran 5: Uji Reliabilitas	131
Lampiran 6: Uji Normalitas	132
Lampiran 7: Uji Multikolinearitas	133
Lampiran 8: Uji Heteroskedastisitas	133
Lampiran 9: Analisis Regresi Linier Berganda	134
Lampiran 10: Uji Parsial (Uji T).....	134
Lampiran 11: Uji Statistik (Uji F).....	134
Lampiran 12: Uji Determinasi (R ²).....	134
Lampiran 13: Dokumentasi	135



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Indonesia, sebagai negara dengan populasi pemuda terbesar, memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sektor yang berkembang pesat dan memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Motivasi ekonomi kreatif adalah dorongan atau alasan yang mendorong individu untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi yang berbasis kreativitas dan inovasi. Menurut penelitian oleh Maulana et al. (2022), motivasi ini dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk keinginan untuk mencapai kemandirian finansial, pengembangan diri, dan kontribusi terhadap masyarakat. Motivasi yang kuat dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan dan kinerja usaha, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif di suatu daerah. Ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga mendorong inovasi dan kreativitas. Dengan memanfaatkan religiusitas, potensi pasar, dan pengetahuan yang ada, ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Sementara itu, religiusitas berperan dalam membentuk sikap dan perilaku individu dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Penelitian oleh Handayani & Betavia (2018), tingkat religiusitas

yang tinggi dapat mempengaruhi etika bisnis dan pengambilan keputusan, sehingga individu yang religius cenderung lebih bertanggung jawab dalam praktik bisnis dan akuntansi. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral, tetapi juga sebagai faktor yang dapat meningkatkan integritas dalam dunia usaha. Tingkat religiusitas yang tinggi di kalangan masyarakat dapat mempengaruhi perilaku ekonomi dan pengambilan keputusan. Ia juga menunjukkan bahwa religiusitas dapat meningkatkan motivasi dan keberanian untuk memulai usaha, membentuk etika bisnis yang kuat, yang pada gilirannya mempengaruhi pengambilan keputusan, termasuk dalam konteks bisnis dan akuntansi. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih bertanggung jawab dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Di sisi lain, pemahaman tentang potensi pasar sangat krusial. Individu yang paham tentang tren pasar dan kebutuhan konsumen akan lebih mampu beradaptasi dan menciptakan inovasi yang relevan. Dalam konteks ekonomi kreatif, Pancawati & Widaswara (2023) menjelaskan bahwa potensi pasar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pariwisata dan ekonomi lokal. Dengan memahami potensi pasar, pelaku usaha dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memaksimalkan keuntungan. Potensi pasar dapat menciptakan peluang yang luas untuk mengeksplorasi ide-ide kreatif. Dengan meningkatnya akses internet dan teknologi Potensi pasar di Indonesia, yang kaya akan

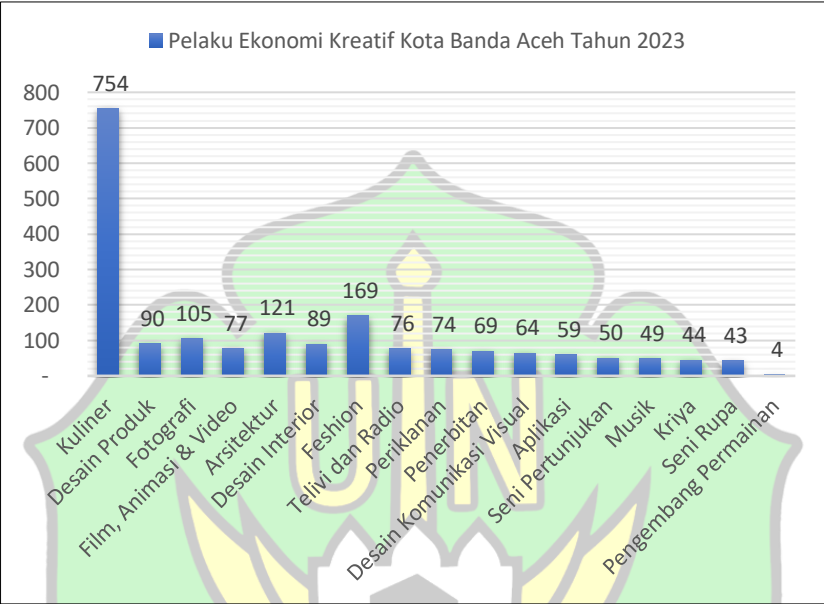
sumber daya dan budaya, memberikan peluang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif. Beliau juga menekankan bahwa pemanfaatan potensi pasar yang baik dapat meningkatkan pelaku usaha untuk merancang produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu, pengetahuan yang memadai tentang ekonomi kreatif, termasuk keterampilan dan pendidikan yang relevan, sangat mempengaruhi motivasi untuk terlibat dalam sektor ini. Penelitian oleh Insana et al. (2022), menunjukkan bahwa pengetahuan yang baik tentang industri dan tren pasar dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan yang tepat sangat penting untuk membekali individu dengan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapi tantangan di dunia usaha. Pendidikan yang tepat dan pengetahuan yang mendalam mengenai ekonomi kreatif sangat penting dalam membentuk motivasi. Pengetahuan juga berperan penting dalam mendorong minat wirausaha, terutama di kalangan generasi muda. Pengetahuan dalam konteks ekonomi kreatif merujuk pada informasi, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki individu atau kelompok yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai tambah. Ia juga menekankan bahwa pentingnya pengetahuan dalam mendorong minat wirausaha, terutama di kalangan mahasiswa. Pengetahuan yang baik tentang industri dan teknik pemasaran dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha dan inovasi dalam ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan fokus pada inovasi dan kreativitas, sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global, tetapi juga meningkatkan daya saing suatu negara. Unsur utama dari ekonomi kreatif meliputi keterampilan, talenta, dan keahlian yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produk dan jasa yang dihasilkan dari kreasi intelektual. Di Indonesia, ekonomi kreatif menjadi komponen penting dalam pengembangan ekonomi, dengan tujuh belas subsektor yang mencakup kuliner, desain produk, fotografi, film, animasi dan video, arsitektur, desain interior, fashion, televisi dan radio, periklanan, penerbitan, desain komunikasi visual, aplikasi, seni pertunjukan, musik, kriya, seni rupa, dan pengembangan permainan. Pengembangan ekonomi berbasis ekonomi kreatif dapat memberikan dampak positif pada kehidupan sosial dan ekonomi, serta meningkatkan citra suatu kawasan. Di kota-kota besar di Indonesia, industri kreatif memiliki potensi yang lebih besar untuk berkembang, berkat kehadiran sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan jaringan pemasaran yang ditingkatkan sangat penting. Pendekatan yang layak untuk menumbuhkan ekonomi kreatif melibatkan implementasi strategis acara sosial, seperti festival, yang berfungsi sebagai platform untuk promosi produk khusus wilayah. Melalui festival, produk-produk lokal dapat dipromosikan, dan masyarakat dapat lebih mengenal serta menghargai hasil karya kreatif yang ada di sekitarnya. Ini tidak

hanya akan meningkatkan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah. (Aqil, 2021).

Gambar 1. 1
Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Banda Aceh Tahun 2023



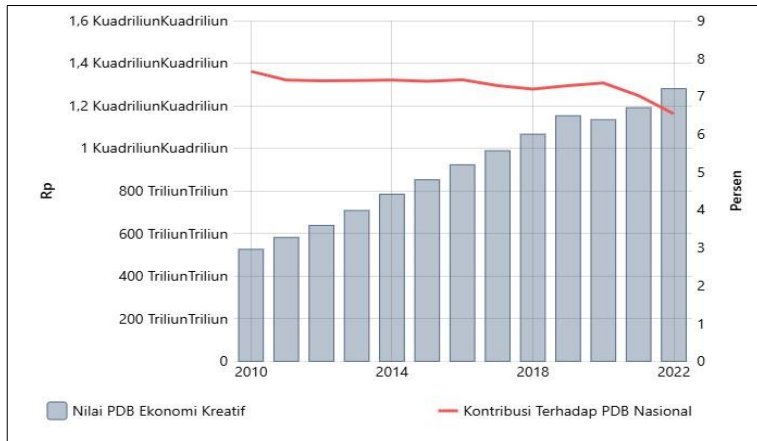
Sumber: Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh, data diolah (2025)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa hasil dari subsektor ekonomi kretif di Kota Banda Aceh adalah subsektor kuliner yang menjadi subsektor ekonomi kreatif tertinggi di Kota Banda Aceh dengan 754 pelaku ekonomi kreatif. Selanjutnya diikuti oleh subsektor feshion dengan 169 pelaku ekonomi kreatif terbanyak kedua, kemudian suksektor arsitektor dengan 121 pelaku, selanjutnya subsektor fotografi sebanyak 105 pelaku ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh. Jumlah pelaku ekonomi kreatif terendah yaitu pada subsektor pengembangan permainan dengan 4 pelaku.

Kota Banda Aceh memiliki potensi dan daya saing yang signifikan dalam produksi barang dan jasa di sektor industri kreatif, berkat kualitas sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Hal ini menjadi modal penting untuk meningkatkan motivasi dalam mengembangkan perekonomian daerah. Beberapa subsektor unggulan di kota ini meliputi kuliner, fashion, dan arsitektur. Selain itu, sektor industri dan perdagangan di bidang pariwisata juga merupakan bagian krusial dari subsektor ekonomi kreatif yang perlu terus ditingkatkan. Pengembangan pasar semacam ini dapat mendorong masyarakat untuk memperkuat perekonomian dan mencapai keberhasilan dalam sektor industri kreatif. (Dispar Kota Banda Aceh, 2024).

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, termasuk di Kota Banda Aceh. Sektor ini mencakup industri kreatif yang melibatkan penciptaan dan pengelolaan produk berbasis kreativitas, yang diyakini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB dan lapangan kerja. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2020, sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap PDB nasional. Di Banda Aceh, dengan kekayaan budaya dan potensi sumber daya manusia yang ada, ekonomi kreatif memiliki peluang besar untuk berkembang.

Gambar 1. 2
Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kontribusi terhadap PDB Nasional (2010-2022)



Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (April 2024)

Dilihat dari Gambar diatas, berdasarkan data dari Kemenparekraf, produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif Indonesia terus meningkat usai pandemi Covid-19 melanda tahun 2020. Pada tahun 2022, nilai PDB ekonomi kreatif atas dasar harga berlaku sudah mencapai Rp1.280 triliun atau Rp1,28 kuadriliun, memecahkan rekor tertinggi baru. Namun, pada tersebut sektor ekonomi kreatif hanya berkontribusi 6,54% terhadap nilai total PDB nasional. Kontribusinya menurun dibanding tahun 2021, serta mencapai level terendah sejak tahun 2010 seperti terlihat pada grafik. Sampai hari ini (25/4/2024) Kemenparekraf belum merilis data resmi PDB ekonomi kreatif tahun 2023.

Menurut Sandiaga Uno, lintasan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan kenaikan persentase berkelanjutan dalam PDB untuk tahun 2023, melampaui ambang batas Rp1.300 triliun.

Selain itu, lebih dari 22 juta peluang kerja telah dihasilkan. PDB yang disebabkan oleh ekonomi kreatif berasal dari nilai agregat barang dan jasa di 16 subsektor industri, termasuk: Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Film, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Mode, Aplikasi dan Pengembangan Game, Penerbitan, Periklanan, Televisi dan Radio, Seni Pertunjukan, dan Seni Rupa. Khususnya, subsektor yang menyumbang porsi paling signifikan adalah kuliner, fashion, dan kriya, secara kolektif mewakili 75% dari PDB ekonomi kreatif nasional pada tahun 2023 (Kemenparekraf, 2024).

Terdapat banyak penelitian terkait yang sudah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Pancawati & Widaswara (2023) yang membahas mengenai perkembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata. Dimana perkembangan ekonomi kreatif yang berpengaruh positif terhadap potensi pariwisata. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, tetapi juga pada pertumbuhan ekonomi negara. Selain itu, Penelitian lain oleh Laia (2022) dan Nurhalim et al. (2024), mereka meneliti mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha yang dimana mereka menekankan bahwa pentingnya pengetahuan kewirausahaan dalam memotivasi individu untuk berwirausaha. Nuhalim et al. menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap motivasi

wirausahawan ditambah dengan inovasi. Sementara itu, Laia menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha. Kedua penelitian ini menegaskan bahwa pengetahuan yang memadai dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi individu untuk memulai usaha, yang merupakan elemen penting dalam ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mendorong motivasi ekonomi kreatif, penting untuk mengintegrasikan pengetahuan, inovasi, dan faktor-faktor lain seperti religiusitas dan lingkungan keluarga. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana berbagai faktor saling berinteraksi untuk mempengaruhi motivasi ekonomi kreatif di kalangan individu, terutama di kalangan generasi muda.

Penelitian ini terletak pada pengintegrasian tiga faktor utama yaitu tingkat religiusitas, potensi pasar, dan pengetahuan dalam menganalisis motivasi ekonomi kreatif di kalangan generasi muda. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung memfokuskan pada satu atau dua faktor saja, sehingga penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dengan menggabungkan ketiga elemen tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti pentingnya religiusitas dan pengetahuan, tetapi juga menekankan peran potensi pasar dalam mendorong individu untuk berwirausaha, yang merupakan kontribusi baru dalam literatur kewirausahaan.

Oleh karena itu, berdasarkan dari uraian latar belakang, dan

berdasarkan pengamatan penulis maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisis dengan melakukan penelitian yang berjudul, **“Pengaruh Tingkat Religiusitas, Potensi Pasar, Dan Pengetahuan Terhadap Motivasi Ekonomi Kreatif di Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut maka permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh?
2. Apakah potensi pasar berpengaruh terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh?
4. Apakah tingkat religiusitas, potensi pasar dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh potensi pasar terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh.

3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas, potensi pasar dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap motivasi ekonomi kreatif di Kota Banda Aceh

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam rangka menciptakan wawasan pengetahuan dan pemikiran yang lebih mendalam mengenai pengaruh tingkat religiusitas, potensi pasar, dan pengetahuan terhadap motivasi ekonomi kreatif di kota banda aceh.
- b) Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi penelitian berikutnya bagi peneliti yang ingin meneliti tentang pengaruh tingkat religiusitas, potensi pasar, dan pengetahuan terhadap motivasi ekonomi kreatif di kota banda aceh.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya:

- a) Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat untuk lebih memahami dalam bersosial dan berekonomi. Hal ini dapat membantu mereka dalam merencanakan strategi

berwirausaha yang lebih bijak dan juga sesuai dengan ajaran islam.

b) Bagi lembaga/Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan layanan pelanggan dan edukasi berekonomi kreatif. Perusahaan dapat menyediakan informasi dan pendidikan yang lebih baik guna meningkatkan motivasi dalam berkeaktifitas terhadap perekonomian.

3. Manfaat Kebijakan

a) Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan program ekonomi kreatif yang lebih terfokus dan efektif, pemerintah dapat menggunakan temuan penelitian untuk menyusun kurikulum atau kampanye pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang ekonomi kreatif.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini dan memudahkan pemahaman, diperlukan sistematika penulisan yang sederhana. Hal ini bertujuan agar pembaca tidak mengalami kesulitan dalam membaca maupun memahami isi dari penelitian ini. Oleh karena itu, penulis akan menyajikan sistematika pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan awal dari skripsi yang mencakup beberapa inti pembahasan. Di dalamnya terdapat latar belakang masalah yang menjadi dasar permasalahan penelitian ini, rumusan masalah yang merangkum isu-isu yang akan dibahas, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian yang menguraikan tujuan dan keuntungan dari dilakukannya penelitian ini.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan secara lebih mendetail. Selain itu, bab ini juga menguraikan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan dengan jelas.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini memaparkan hasil penelitian, di mana hasil akan disajikan dalam bentuk teks naratif dan tabel untuk mempermudah pembaca dalam memahami temuan penelitian ini.

BAB V : Penutup

Bab ini merangkum hasil penelitian dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

