

ISSN: 1907-8366

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL

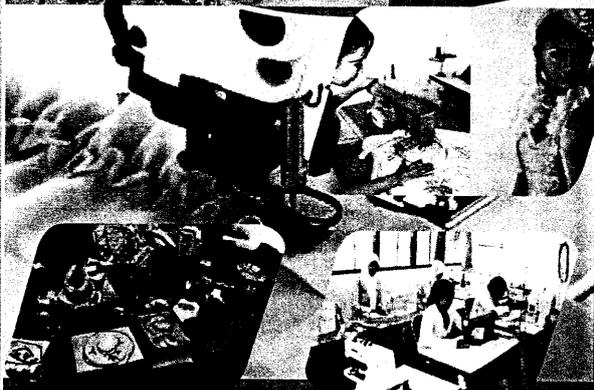
VOLUME 9, Th 2014

PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA

Center of art and technology



S1 & D3
TEKNIK BUSANA



D3
TATA RIAS & KECANTIKAN



S1 & D3
TEKNIK BOGA

Diterbitkan oleh

JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

**PENTINGNYA *HIGHER ORDER THINKING SKILLS* BAGI
MAHASISWA BIDANG TEKSTIL DAN BUSANA DALAM
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MENUJU MEA 2015**

Oleh:

Widihastuti*

Prodi Pendidikan Teknik Busana PTBB FT UNY

E-mail: twidihastutiftuny@yahoo.com; fikrifikra.2@gmail.com;
widihastuti@uny.ac.id

ABSTRAK

Pencanangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 sudah mulai disosialisasikan. Hal ini menandakan bahwa ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN. Mengingat hal ini maka seluruh masyarakat di lingkup ASEAN termasuk Indonesia harus siap menghadapi segala kemungkinan tersebut dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen.

Pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen di era kreativitas perlu didukung oleh pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan membantu mencapai kemampuan berpikir *high concept* dan *high touch*. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan dapat dicapai manakala si pelaku memiliki kemampuan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skills* = HOTS). Terkait hal ini, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana (fesyen) sebagai salah satu elemen pelaku yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi kreatif ke depan perlu dibekali dengan HOTS agar dapat ikut berkiprah dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen memasuki MEA 2015.

Kata kunci: *Higher Order Thinking Skills (HOTS), Mahasiswa bidang Tekstil dan Busana, Ekonomi Kreatif, MEA 2015.*

* Penulis: Dosen Program Studi Pendidikan Teknik Busana, Jurusan PTBB, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan globalisasi yang semakin cepat, maka pencanangan *ASEAN Economic Community* (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 sudah mulai disosialisasikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing ASEAN dalam menghadapi kompetisi global seperti dengan India dan Cina. Selain itu ada beberapa pertimbangan yang mendasari segera dibentuknya MEA 2015 yaitu diantaranya: (1) potensi penurunan biaya produksi di ASEAN sebesar 10-20% untuk barang konsumsi sebagai dampak integrasi ekonomi; (2) meningkatkan kemampuan kawasan dengan implementasi standar dan praktik internasional, HAKI, dan adanya persaingan (Departemen Perdagangan RI, 2014: 7).

Hal tersebut di atas menandakan bahwa ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN. Mengingat hal ini maka seluruh masyarakat di lingkup ASEAN termasuk Indonesia harus siap menghadapi segala kemungkinan tersebut dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen.

Pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen di era kreativitas perlu didukung oleh pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan membantu mencapai kemampuan berpikir *high concept* dan *high touch*. *High concept* adalah kemampuan menciptakan keindahan artistik dan emosional, mengenali pola-pola dan peluang, menciptakan narasi dan karya yang indah dan menghasilkan temuan-temuan yang belum disadari orang lain. Sedangkan *high touch* adalah kemampuan berempati, memahami esensi interaksi manusia, dan menemukan makna (Departemen Perdagangan RI, 2008: 2).

Menurut Daniel L. Pink (dalam Departemen Perdagangan RI, 2008: 2), ada beberapa prinsip yang harus dimiliki dalam pola pikir kreatif yaitu antara lain:

- *Not just function, but also.....DESIGN*
- *Not just argument, but alsoSTORY*
- *Not just focus, but alsoSYMPHONY*
- *Not just logic, but also.....EMPATHY*

- *Not just seriousness, but also.....PLAY*
- *Not just accumulation, but also.....MEANING*

Sementara itu dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, pola pikir kritis akan sangat membantu seseorang dalam meningkatkan kreativitasnya. Sebab, untuk menghasilkan solusi kreatif terhadap suatu masalah tidak hanya perlu gagasan baru, tetapi gagasan baru itu harus berguna dan relevan dengan tugas yang harus diselesaikan. Pola pikir kritis berguna untuk mengevaluasi ide baru, memilih yang terbaik, dan memodifikasi bila perlu. Disamping itu, pola pikir kritis juga penting untuk refleksi diri dan memberi struktur kehidupan sehingga hidup menjadi lebih berarti (*meaningful life*). Pola pikir kritis juga sangat membantu dalam mencari kebenaran dan merefleksikan nilai serta keputusan diri sendiri. Pola pikir kritis merupakan *meta-thinking skill*, ketrampilan untuk melakukan refleksi dan evaluasi diri terhadap nilai dan keputusan yang diambil, lalu dalam konteks membuat hidup lebih berarti melakukan upaya sadar untuk menginternalisasi hasil refleksi itu ke dalam kehidupan sehari-hari (Widihastuti, 2014: 15).

Pola pikir kritis juga sangat penting di abad ke 21 yaitu era informasi dan teknologi dimana implementasi teknologi tinggi (*high tech*) sudah merambah di berbagai sektor ekonomi kreatif termasuk sektor ekonomi kreatif bidang fesyen. Mengingat hal ini, maka seseorang harus dapat merespons berbagai perubahan dengan cepat dan efektif. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan intelektual yang fleksibel, kemampuan menganalisis informasi, dan mengintegrasikan berbagai sumber pengetahuan untuk memecahkan masalah. Pola pikir kritis juga dapat meningkatkan keterampilan verbal dan analitik. Melalui pemikiran yang jernih dan sistematis dapat meningkatkan cara mengekspresikan gagasan, berguna dalam mempelajari cara menganalisis struktur teks dengan logis, dan meningkatkan kemampuan untuk memahami.

Berdasarkan uraian di atas, maka pola pikir kritis dan kreatif akan menghasilkan kreativitas yang akan sangat membantu seseorang dalam mengembangkan karir di bidang pekerjaan apapun termasuk dalam pengembangan ekonomi kreatif menuju MEA 2015. Pola pikir kritis dan kreatif ini akan dapat dicapai manakala seseorang memiliki kemampuan berpikir tingkat tinggi (*higher order thinking skills* = HOTS). Terkait hal ini, maka mahasiswa bidang tekstil dan

busana (fesyen) sebagai salah satu elemen pelaku penting dalam pengembangan ekonomi kreatif ke depan perlu dibekali dengan HOTS agar dapat ikut berkiprah secara aktif dalam pengembangan ekonomi kreatif bidang fesyen memasuki MEA 2015. Sebab dengan memiliki HOTS, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana akan mampu berpikir kritis, kreatif, meneliti, memecahkan masalah, membuat keputusan, dan memiliki karakter yang baik sehingga mampu menciptakan karya tekstil dan fesyen yang memiliki sifat *novelty, original, artistic, usefulness* yang tinggi. Dengan demikian dapat diharapkan mahasiswa bidang tekstil dan busana akan dapat menjadi insan-insan pelaku ekonomi kreatif bidang fesyen yang memiliki kreativitas yang tinggi dengan karakteristik kritis dan kreatif. Karakteristik kritis dan kreatif ini akan menjadi dasar bagi mahasiswa agar mampu menghasilkan karya-karya ekonomi kreatif bidang fesyen yang berdaya saing di era global yang semakin kompleks dalam MEA 2015.

PEMBAHASAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

ASEAN *Economic Community (AEC)* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang direncanakan mulai dilaksanakan tahun 2015 merupakan bentuk kerjasama ekonomi di tingkat ASEAN. Kerjasama ekonomi di lingkup ASEAN ini ditandai dengan beberapa kesepakatan yang diwujudkan dalam *AEC Blueprint* yang memuat 4 (empat) pilar AEC yaitu:

1. ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana akan terjadi arus barang, jasa, investasi, serta tenaga kerja terdidik dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN.
2. ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing ekonomi tinggi, dengan elemen peraturan kompetisi, perlindungan konsumen, hak atas kekayaan intelektual, pengembangan infrastruktur, perpajakan, dan *e-commerce*.
3. ASEAN sebagai kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata dengan elemen pengembangan usaha kecil dan menengah, dan prakarsa integrasi ASEAN untuk Negara-negara CMLV (Cambodja, Myanmar, Laos, dan Vietnam).
4. ASEAN sebagai kawasan yang terintegrasi secara penuh dengan perekonomian global dengan elemen pendekatan yang koheren dalam hubungan ekonomi di luar kawasan dan meningkatkan peran serta dalam jejaring produksi global.
(Departemen Perdagangan RI, 2014: 9).

Berdasarkan empat (4) pilar AEC atau MEA tersebut di atas, ternyata pilar kesatu yang masih menjadi focus perhatian. Mengacu hal ini, maka Indonesia harus mulai mempersiapkan diri untuk menghadapi segala kemungkinan yang terjadi, salah satunya dengan cara meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN. Peningkatan pangsa pasar di kawasan ASEAN ini dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, salah satunya adalah ekonomi kreatif bidang fesyen. Oleh karena itu, segala komponen yang terkait dalam ekonomi kreatif bidang fesyen ini harus disiapkan dengan sebaik-baiknya baik dari segi SDM, SDA, produksi, manajemen, dan lain sebagainya.

Ekonomi Kreatif Bidang Fesyen

Telah diketahui bahwa bidang fesyen merupakan salah satu bagian dari 14 sektor industri kreatif Indonesia, dan industri kreatif ini tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Bahkan Howkins (2007) menyatakan bahwa industri kreatif dikenal juga dengan nama ekonomi kreatif. Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Departemen Perdagangan RI (2008: 4) 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”.

Terkait dengan hal di atas, Departemen Perdagangan RI (2008: 6) menjelaskan bahwa fesyen merupakan salah satu subsektor industri yang berbasis kreativitas yang diartikan sebagai kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa industri (ekonomi) kreatif bidang fesyen adalah segala bentuk kegiatan kreatif yang terkait dengan dunia fesyen mulai dari kreasi desain pakaian, alas kaki, aksesoris, produksi pakaian dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, sampai distribusi produk fesyennya.

Selanjutnya sebagai gambaran, Tabel 1 menyajikan tentang perkembangan nilai ekspor industri kreatif Indonesia Tahun 2002-

2008, termasuk di dalamnya perkembangan industri kreatif bidang fesyen (Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin, --: 2). Berdasarkan Tabel 1, maka kita mencermati dan mengambil kesimpulan bahwa industri kreatif bidang fesyen memiliki kecenderungan semakin berkembang dan ini merupakan potensi yang harus terus dikembangkan untuk meningkatkan pangsa pasar di kawasan ASEAN menuju MEA (CEA) 2015.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Ekspor Industri Kreatif Indonesia Tahun 2002 – 2008 (jutaan rupiah)

NO	LAPANGAN USAHA INDUSTRI KREATIF	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Rata-Rata
1	Arsitektur	89	245	210	57	236	67	112	145
2	Desain	1.111.977	1.499.860	1.843.686	2.169.720	2.214.047	2.396.026	2.892.009	2.018.189
3	Fesyen	36.269.926	35.261.898	45.563.824	51.042.260	54.714.623	57.908.311	71.695.510	50.350.907
4	Film, Video, dan Fotografi	940	1.715	7.560	2.550	1.187	448	1.071	2.210
5	Kerajinan	20.108.107	19.608.197	21.741.500	22.673.162	27.292.605	34.351.715	39.673.977	25.282.945
6	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Musik	724.457	1.004.425	37.926	226	238	131	77.821	263.604
8	Pasar dan Barang Seni	38.104	43.170	38.665	60	78	82	108.409	32.653
9	Penerbitan dan Percetakan	103.754	90.136	93.734	180.506	161.140	133.652	173.350	133.753
10	Periklanan	23.166	47.746	51.675	39.365	64.626	72	132.478	51.304
11	Permainan Interaktif	32.172	39.756	53.784	68.388	75.380	132.200	170.233	81.702
12	Riset dan Pengembangan	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Seni Pertunjukan	-	-	-	-	-	-	-	-
14	Televisi dan Radio	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		58.412.692	57.597.148	69.773.900	76.462.033	84.840.178	95.208.601	114.924.970	79.602.789

Sumber: BPS

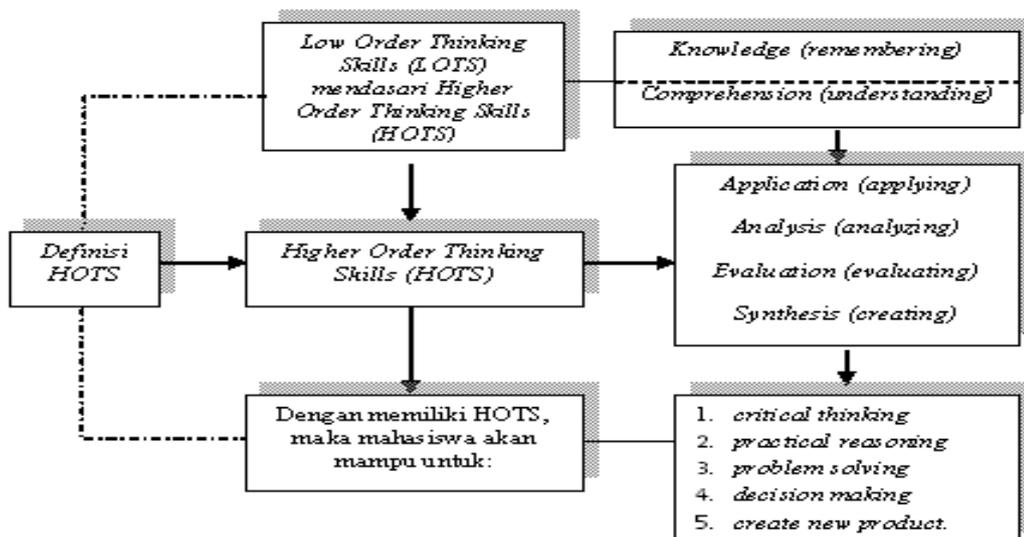
(Dikutip dari sumber: Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin, --:2)

Higher Order Thinking Skills (HOTS)

Arti atau makna istilah HOTS telah didefinisikan oleh beberapa ahli, yaitu Edwards & Briers (2000: 2) yang mengacu pada Newcomb-Trefz model dan berdasarkan taksonomi Bloom, Thomas & Litowitz (1986: 6) yang menyatakan bahwa HOTS menunjukkan fungsi intelektual pada level yang lebih kompleks, Janet Laster dalam review literturnya berkaitan dengan ilmu pengetahuan kognitif beserta respek dan implikasinya pada kurikulum pendidikan vokasi, Quellmalz, Sternberg, Thomas & Litowitz beserta Duke, Kurfman & Cassidy, National Council of Teachers of Mathematics, National

Council of Teachers of English (Thomas & Litowitz, 1986: 7), Kerka (1992: 1), Bhisma Murti (2011: 2), APA (Spring, 2006: 2), dan Robinson (2000: 3) & Cotton (1993: 2) yang menyatakan bahwa HOTS mencakup keterampilan belajar dan strategi belajar yang digunakan, memberikan alasan, berpikir dengan kreatif dan inovatif, pengambilan keputusan, dan memecahkan masalah.

Mengacu pada berbagai definisi tentang HOTS oleh beberapa ahli tersebut di atas, maka penulis mencoba membuat elaborasi sehingga menjadi definisi HOTS yang baru menurut penulis yaitu keterampilan berpikir pada tingkat/level yang lebih tinggi yang memerlukan proses pemikiran lebih kompleks mencakup menerapkan (*applying*), menganalisis (*analyzing*), mengevaluasi (*evaluating*), dan mencipta (*creating*) yang didukung oleh kemampuan memahami (*understanding*), sehingga: (1) mampu berpikir secara kritis (*critical thinking*); (2) mampu memberikan alasan secara logis, sistematis, dan analitis (*practical reasoning*); (3) mampu memecahkan masalah secara cepat dan tepat (*problem solving*); (4) mampu mengambil keputusan secara cepat dan tepat (*decision making*); dan (5) mampu menciptakan suatu produk yang baru berdasarkan apa yang telah dipelajari (*creating*). Dengan demikian, untuk dapat mengembangkan HOTS ini maka mahasiswa harus sudah memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan mampu mengingatnya (*remembering*), serta pemahaman (*comprehension*) dan mampu memahaminya (*understanding*). Lebih jelasnya, definisi HOTS menurut penulis yang dimaksud di atas digambarkan seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Definisi HOTS (Sumber: Widiastuti, 2014)

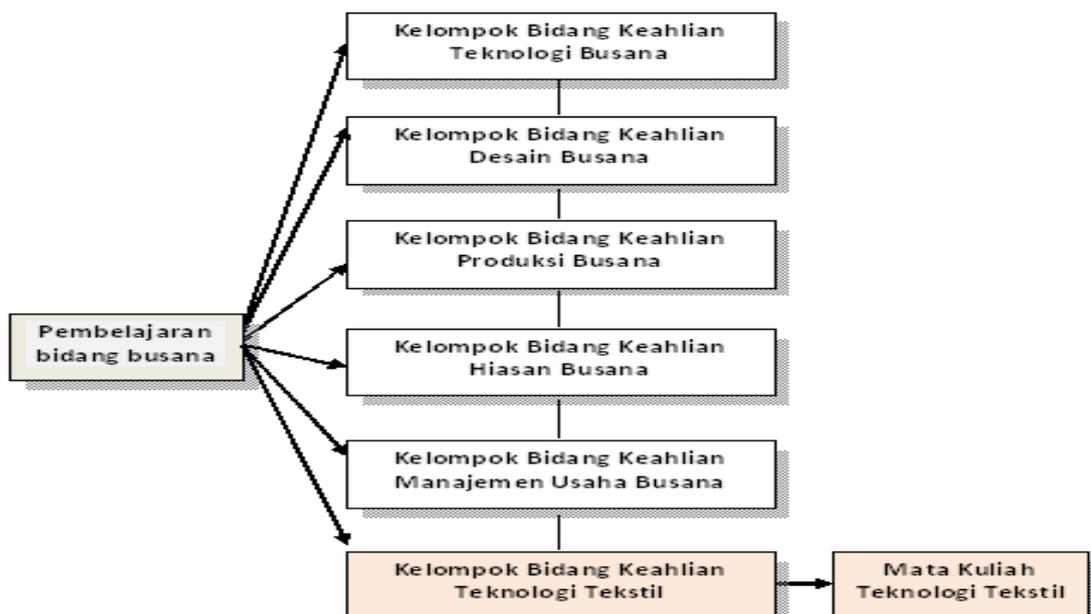
Bagi sebagian orang, HOTS dapat dilakukan dengan mudahnya, tetapi bagi orang lain belum tentu dapat dilakukan. Meski demikian bukan berarti HOTS tidak dapat dipelajari. Alison menyatakan bahwa seperti halnya keterampilan pada umumnya, HOTS dapat dipelajari oleh setiap orang. Lebih lanjut Alison menyatakan bahwa dalam praktiknya, HOTS pada anak-anak maupun orang dewasa dapat berkembang (Thomas & Thorne, 2010). Seperti halnya pendapat Edward de Bono (dalam Moore & Stanley, 2010: 7) yang menyatakan bahwa kalau kecerdasan adalah bersifat bawaan, sedangkan berpikir adalah suatu keterampilan yang harus dipelajari. Oleh karena itu, keterampilan berpikir ini perlu dan sangat penting untuk dikembangkan.

Pentingnya HOTS bagi Mahasiswa Bidang Tekstil dan Busana

Mempelajari definisi HOTS dan mengingat ekonomi kreatif bidang fesyen merupakan subsektor industri yang berbasis kreativitas, maka dalam pengembangannya diperlukan pola pikir kritis dan kreatif para pelakunya. Pola pikir kritis akan meningkatkan kreativitas. Pola pikir kritis dan kreatif ini dapat dicapai jika seseorang memiliki HOTS. Mencermati hal ini, maka HOTS merupakan salah satu komponen yang perlu mendapat perhatian dengan sungguh-sungguh dalam membekali mahasiswa bidang tekstil dan busana sebagai calon pelaku ekonomi kreatif bidang fesyen di masa depan. Oleh karena itu, maka mahasiswa bidang tekstil dan busana perlu dipersiapkan agar mampu menjadi SDM (sumber daya manusia) yang kritis dan kreatif. Salah satu usaha menyiapkan SDM untuk subsektor industri fesyen ini adalah dengan mengembangkan HOTS mahasiswa. Sebab, dengan kemampuan menerapkan (*applying*), menganalisis (*analyzing*), mengevaluasi (*evaluating*), dan mencipta (*creating*), maka mahasiswa akan mampu menghasilkan karya tekstil dan fesyen yang kreatif berdasarkan *high concept* dan *high touch* melalui pencermatan dan pemikiran yang mendalam. Dengan demikian dapat diharapkan dapat menciptakan karya fesyen yang mampu meningkatkan pangsa pasar ekonomi kreatif bidang fesyen.

Terkait hal di atas, maka pembelajaran bidang tekstil dan busana di perguruan tinggi harus ikut berbenah dan bersiap diri untuk ikut berpartisipasi dalam perkembangan industri kreatif bidang

fesyen menuju MEA (AEC) 2015. Mengapa demikian? Alasannya adalah pembelajaran bidang tekstil dan busana di perguruan tinggi selaras dengan karakteristik ekonomi kreatif bidang fesyen. Pembelajaran bidang busana di perguruan tinggi secara umum terdiri dari enam kelompok bidang keahlian yaitu kelompok bidang keahlian teknologi busana, desain busana, produksi busana, hiasan busana, manajemen usaha busana, dan teknologi tekstil. Keenam kelompok bidang keahlian tersebut saling mendukung dan melengkapi satu sama lain untuk ketercapaian kompetensi keahlian dalam bidang busana. Masing-masing kelompok bidang keahlian tersebut terdiri dari beberapa mata kuliah, sesuai kelompok bidang masing-masing, seperti disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pembelajaran Bidang Busana di Perguruan Tinggi

Kelompok keahlian teknologi busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan teknologi pembuatan busana. Kelompok bidang keahlian desain busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan desain busana dan cara penyajiannya. Kelompok bidang keahlian produksi busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan produksi berbagai jenis busana mulai dari pembuatan pola sampai produk jadi. Kelompok bidang keahlian hiasan busana terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan pembuatan hiasan busana dan assesorisnya. Kelompok bidang keahlian manajemen usaha busana berkaitan

dengan kewirausahaan dan usaha busana. Kelompok bidang keahlian teknologi tekstil juga terdiri dari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan ilmu bahan tekstil sebagai bahan baku pembuatan busana (*raw materials*) yang dapat diaplikasikan dalam semua bidang keahlian tersebut di atas. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa berbagai keahlian yang akan dicapai dalam pembelajaran bidang tekstil dan busana di atas selaras dengan subsektor industri kreatif bidang fesyen.

Pola pikir kritis juga sangat penting dan bermanfaat bagi mahasiswa, terutama dalam hal: (1) membantu memperoleh pengetahuan, memperbaiki teori, memperkuat argument; (2) mengemukakan dan merumuskan pertanyaan dengan jelas; (3) mengumpulkan, menilai, dan menafsirkan informasi dengan efektif; (4) membuat kesimpulan dan menemukan solusi masalah berdasarkan alasan yang kuat; (5) membiasakan berpikiran terbuka; dan (6) mengkomunikasikan gagasan, pendapat, dan solusi dengan jelas kepada lainnya (Bhisma Murti, 2011: 16).

Berdasarkan uraian di atas, maka jelaslah bahwa HOTS harus dimiliki oleh seluruh mahasiswa bidang busana sebagai upaya mempersiapkan SDM yang kritis dan kreatif dalam mengembangkan ekonomi kreatif bidang fesyen menuju MEA 2015. Dengan memiliki HOTS, maka mahasiswa diharapkan akan mampu menghadapi tantangan jaman di era global. Semakin baik HOTS seseorang, maka semakin baik pula kemampuannya dalam menyusun strategi dan taktik memenangkan persaingan bebas di era global. Selain itu, pengembangan HOTS bagi mahasiswa ini sangat penting untuk mengembangkan secara komprehensif kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam hal berpikir kritis, sistematis, logis, aplikatif, analitis, evaluatif, kreatif, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan secara jujur, percaya diri, bertanggung jawab dan mandiri.

PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa HOTS sangat penting dalam upaya membentuk pola pikir kritis dan kreatif mahasiswa bidang tekstil dan busana agar mampu berkiprah dalam pengembangan industri kreatif bidang fesyen menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) tahun 2015. Sebab, melalui pembiasaan cara berpikir yang

baik bagi mahasiswa melalui pengembangan HOTS mahasiswa ini merupakan upaya menyiapkan generasi penerus yang mampu menghadapi tantangan global yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA ACUAN

- Bhisma Murti. (2011). *Berpikir kritis (critical thinking)* versi elektronik Power Point. Universitas Sebelas Maret.
- Cotton, K. (1993). *Developing employability skills*. School Improvement Research Series. Research You Can Use. Close-up#15. Diakses pada tanggal 6 Januari 2012 dari <http://www.nwrel.org/scpd/sirs/8/c015.html>.
- Departemen Perdagangan RI. (2008). Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Studi Industri Kreatif Indonesia.
- Departemen Perdagangan RI. (Th.-). Menuju ASEAN Economic Community 2015. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Howkins, John. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. New York: Penguin Book
- Kerka, S. (1992). *Higher order thinking skills in vocational education*. Columbus Ohio: ERIC Clearinghouse on Adult, Career, and Vocational Education. Center on Education and Training for Employment. *Journal ERIC DIGEST* No. 127.
- Moore, B., & Stanley, T. (2010). *Critical thinking and formative assessment*. New-York: Eye on Education.
- Office of Outcomes Assessment. APA. (2006). *Critical thinking as a core academic skill: A review of literature*. University of Maryland University College, Spring 2006.
- Puguh Setyo Nugroho & Malik Cahyadin (Th.-). Analisis perkembangan industri kreatif di Indonesia. Makalah elektronik diakses pada tanggal 28 Oktober 2014 dari asp.trunojoyo.ac.id.
- Robinson, J.P. (2000). What are employability skills the workplace: a fact sheet, Article *Journal Alabama Cooperative Extension System* Volume 1 Issue 3, September 15, 2000. Diakses pada tanggal 6 Januari 2012 dari <http://proquest.umi.com/pgdweb>.

- Thomas, R.G. & Litowitz, L. (1986). *Vocational education and higher order thinking skills: An agenda for inquiry*. Minnesota University: St. Paul Minnesota Research & Development Center for Vocational Education.
- Thomas, A. & Thorne, G. (2010). *Higher order thinking*. <mailto:athomas@cdl.org>. Diakses pada tanggal 15 Nopember 2010 dari <http://www.cdl.org/resource-library/articles/higherorderthinking.php>.
- Widihastuti. (2014). Model *assessment for learning* berbasis *higher order thinking skills* untuk pembelajaran bidang busana di Perguruan Tinggi: selaras dengan Kurikulum 2014. (Buku Model belum diterbitkan).