



PENGARUH PEMBERIAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DAN PELATIHAN WIRAUSAHA TERHADAP MINAT WIRAUSAHA EKONOMI KREATIF PADA MAHASISWA UNMAS DENPASAR

I Wayan Widnyana¹, Sapta Rini Widyawati¹ dan G. Oka Warmana¹

¹Universitas Mahasaraswati Denpasar

ABSTRACT

This research was conducted on Denpasar Unmas Economy Faculty students. Unmas Denpasar Economy Faculty students are required to take entrepreneurship courses and almost all of them attend creative entrepreneurship training that is routinely held. This research will answer the question whether the provision of courses and training can increase their entrepreneurial interest in the creative economy. The analytical tool used is multiple regression. The test results show that: 1) Entrepreneurship courses have a positive effect on the interest of creative entrepreneurs in Unmas Denpasar students. 2) Entrepreneurship training has a positive effect on the interest of creative entrepreneurs in Unmas Denpasar students.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurship training, creative entrepreneurial interests

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FE Unmas Denpasar. Mahasiswa FE Unmas Denpasar wajib menempuh mata kuliah kewirausahaan dan hampir seluruhnya mengikuti pelatihan wirausaha kreatif yang secara rutin diadakan. Penelitian ini akan menjawab pertanyaan apakah pemberian mata kuliah dan pelatihan tersebut dapat meningkatkan minat wirausaha mereka di bidang ekonomi kreatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa : 1) Mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa Unmas Denpasar. 2) Pelatihan wirausaha berpengaruh positif terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa Unmas Denpasar.

Kata Kunci: kewirausahaan, pelatihan wirausaha, minat wirausaha kreatif

1. PENDAHULUAN

Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Mahasaraswati (Unmas) Denpasar memiliki visi untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi yang mampu menghasilkan sumber daya manusia di bidang ekonomi yang bermutu, berbudaya dan berdaya saing di tingkat nasional dan global. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka ditetapkan misi FE Unmas Denpasar yang salah satunya adalah Memajukan dan mengembangkan sumberdaya manusia yang menguasai IPTEKS, berkarakter, mandiri dan berjiwa wirausaha. Peran wirausaha (*entrepreneur*) dalam menentukan kemajuan suatu bangsa/ negara telah dibuktikan oleh beberapa negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, plus tetangga terdekat Indonesia yaitu Singapura dan Malaysia (Dewi, 2017: 29). Di Amerika sampai saat ini sudah lebih dari 12 persen penduduknya menjadi *entrepreneur*, dalam setiap 11 detik lahir *entrepreneur* baru dan data menunjukkan 1 dari 12 orang amerika terlibat langsung dalam kegiatan *entrepreneur*. Di Jepang, lebih dari 10 persen penduduknya sebagai wirausaha dan lebih dari 240 perusahaan Jepang berskala kecil, menengah, dan besar bercokol di bumi Indonesia. Selanjutnya negara tetangga Singapura dan Malaysia, lebih dari 7,2 persen pengusaha Singapura dan 3 persen pengusaha Malaysia menjadikan pertumbuhan ekonomi negaranya jauh meninggalkan Indonesia. Jumlah pengusaha Indonesia pada tahun 2016 hanya 1,65 persen dari penduduk Indonesia.

Di Indonesia, di penghujung abad ke-20, kewirausahaan boleh dikatakan baru saja diterima oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif dalam meniti karir dan penghidupan (Dewi, 2017: 28). Dengan hidup di alam penjajahan hampir 3,5 abad lamanya, nyaris tidak ada figur panutan dalam dunia kewirausahaan. Yang ada hanya pola pemikiran feodalisme, priayiisme serta elitisme yang

salah satunya mengagungkan status sosial sebagai pegawai, terutama pegawai negeri (kontras dengan status leluhur yang petani).

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimanainput dan outputnya adalah Gagasan. Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Futurolog Alvin Toffler (1980) dalam teorinya telah melakukan pembagian peradaban ekonomi ke dalam tiga gelombang, yaitu pertama, sebagai gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, adalah gelombang ekonomi informasi. Setelah itu Toffler memprediksikan gelombang keempat sebagai gelombang ekonomi kreatif yang lebih berorientasi pada ide atau gagasan kreatif. Berdasarkan hal tersebut maka pengembangan kewirausahaan pada mahasiswa sebaiknya juga menanamkan minat pada ekonomi kreatif, atau lebih spesifik lagi sebagai wirausaha kreatif.

Pendidikan tinggi memiliki peran besar dan memiliki peluang untuk menanamkan sikap mental kewirausahaan. Berkaca pada kesuksesan negara maju di Amerika dan Eropa yang hampir seluruh perguruan tingginya menyisipkan materi *entrepreneurship* di setiap mata kuliahnya, negara-negara di Asia seperti Jepang, Singapura dan Malaysia juga menerapkan materi-materi *entrepreneurship* minimal di dua semester. Sebagai implementasi pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi di Indonesia, pendidikan kewirausahaan ini dimasukkan dalam kurikulum dengan kisaran bobot antara 2 sampai 3 sks.

Di Unmas Denpasar, bentuk inplementasi program menanamkan jiwa kewirausahaan tidak hanya melalui pemberian mata kuliah tetapi juga melalui lembaga *entrepreneurship development center* (EDC) dengan kegiatan pelatihan wirausaha. Pelaksanaan kuliah kewirausahaan tidak jauh berbeda dengan pengajaran mata kuliah lain yaitu dalam bentuk pengajaran teori di kelas dengan durasi waktu yang terbatas, sehingga efektivitasnya dalam menumbuhkan dan meningkatkan minat wirausaha masih dipertanyakan, untuk itu diperlukan tambahan pelatihan wirausaha. Kehadiran lembaga EDC diperlukan untuk melengkapi dan mendorong minat wirausaha mahasiswa. Saat ini peran EDC dirasakan telah terbukti mampu melahirkan wirausaha di kalangan mahasiswa pada berbagai bidang usaha utamanya bidang ekonomi kreatif yang merupakan bidang unggulan di Bali (*local genius*) seperti usaha kerajinan tangan, perhiasan, kuliner dll. Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan dengan menguji pengaruh pemberian mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan usaha terhadap minat wirausaha mahasiswa di bidang ekonomi kreatif pada Unmas Denpasar.

Penelitian tentang minat wirausaha di kalangan mahasiswa telah banyak dilakukan di Indonesia, seperti Putri *et al.*(2017), Yuliatin (2017), Rumijati (2010). Putri *et al.* (2017), Yuliatin (2017) sama-sama menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat wirausaha, di sisi lain Rumijati (2010) menemukan bahwa metode pembelajaran tidak berdampak signifikan terhadap minat wirausaha. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena beberapa hal. Pertama, penelitian ini fokus pada minat wirausaha di bidang ekonomi kreatif. Kedua, penelitian ini secara spesifik menjawab permasalahan pada kasus Unmas Denpasar yang memberikan mata kuliah kewirausahaan dan secara rutin mengadakan pelatihan wirausaha. Dan ketiga, penelitian ini menggunakan metode yang berbeda yaitu menggunakan variabel bebas kualitatif untuk melihat perbedaan minat pada mahasiswa yang belum dan yang sudah mengambil mata kuliah dan pelatihan.



2. KAJIAN TEORI

Pengertian Wirausaha

Menurut Alwi (2012) sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara berpikir baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan operasinya. Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Suryana, 2013:02). Pada hakikatnya, kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup.

Ekonomi Kreatif

United Nations Conference on Trade and Development mendefinisikan ekonomi kreatif "*An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development*". Namun istilah ini benar-benar mulai terangkat pada tahun 1997 ketika Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom mendirikan Creative Industries Task Force. Definisi industri kreatif menurut DCMS Creative Industries Task Force (1998), adalah "*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*". Definisi DCMS inilah yang menjadi acuan definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 yang dikeluarkan Kementerian Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif).

Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: "Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut."

Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video. Muncul pula definisi yang berbeda-beda mengenai sektor ini. Namun sejauh ini penjelasan Howkins masih belum diakui secara internasional

Usaha Kreatif

Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Kreativitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreativitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita ke arah yang lebih baik. Apa yang dibutuhkan oleh bisnis adalah penerapan proses kreatif pada masalah, isu, kesempatan dan peluang yang ada pada saat ini. Sementara produk kreatif, adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan (Affif, 2012). Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru, yakni paling tidak untuk orang yang bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung (Adair, 1996). Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif, yakni apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu hal lama bagi orang lain dalam konteks lain. Inovasi

adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru dan menambah atau menciptakan nilai atau manfaat baru dalam perspektif sosial-ekonomi. Untuk menghasilkan perilaku inovatif, seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola (Adair,1996), yang merupakan bagian penting dalam keunggulan bersaing. Inovasi biasanya melibatkan lebih dari satu orang, yang mengisyaratkan adanya kegunaan dan keuntungan yang ingin diraih dan dimiliki oleh sebagian besar organisasi. Dalam penelitian ini usaha kreatif didefinisikan sebagai usaha dalam industri kreatif.

Minat Wirausaha

Minat adalah segala perbuatan manusia yang timbul karena dorongan dari dalam dan rangsangan dari luar, tetapi tidak akan terjadi jika tidak berminat. Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi.

Definisi dan indikator minat wirausaha dalam penelitian ini mengadaptasi definisi dan indikator minat berwirausaha dari Rumijati (2010) dengan memberi penekanan pada industri kreatif. Dalam penelitian ini minat kewirausahaan didefinisikan sebagai keinginan mahasiswa dalam mewujudkan atau membentuk usaha baru dalam industri kreatif, dengan indikator: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru.

3. METODE PENELITIAN

Sampel penelitian ini terdiri dari 100 orang mahasiswa FE Unmas yang diambil secara acak. Model regresi penelitian ini adalah :

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y_i adalah minat menjadi wirausaha kreatif. i adalah indikator minat wirausaha kreatif. Yaitu: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru. Setiap indikator diberi nilai dalam skala 5.

a adalah nilai konstanta

b_1 dan b_2 koefisien regresi

X_1 adalah variabel dummy untuk pemberian mata kuliah kewirausahaan, bernilai 1 jika sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan bernilai 0 jika belum.

X_2 adalah variabel dummy untuk pelatihan usaha kreatif, bernilai 1 jika sudah pernah mengikuti pelatihan wirausaha kreatif dan bernilai 0 jika belum.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dari seratus orang mahasiswa yang menjadi sampel terdapat 33 orang yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan, 60 orang yang sudah pernah mengikuti pelatihan usaha kreatif, 31 orang yang sudah mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan dan pelatihan usaha kreatif, dan 28 orang yang belum mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan maupun pelatihan usaha kreatif.

Tabel 1 menunjukkan rata-rata skor yang diberikan setiap kelompok responden untuk setiap indikator minat wirausaha kreatif. Sedangkan tabel 2 membandingkan secara terpisah rata-rata



skor untuk responden yang sudah dan belum mengambil kuliah kewirausahaan serta perbandingan skor yang sudah dan belum pelatihan wirausaha kreatif.

Dari Tabel 1 terlihat bahwa rata-rata skor untuk kelompok 1 yang tertinggi dan kelompok 4 yang terendah. Jika membandingkan kelompok 2 dan kelompok 3, terlihat rata-rata skor kelompok 3 sedikit lebih tinggi dari kelompok 2 kecuali untuk Y1. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan atau sudah mengikuti pelatihan usaha kreatif menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausaha kreatif daripada yang belum.

Tabel 1. Rata-rata skor yang diberikan keempat kelompok responden untuk masing-masing indikator minat wirausaha kreatif

	Jumlah responden	rata-rata skor untuk indikator:			
		Y1	Y2	Y3	Y4
1. sudah kuliah dan sudah pelatihan	31	6.13	5.97	5.81	5.94
2. sudah kuliah belum pelatihan	12	5.25	5.00	5.00	4.92
3. belum pelatihan sudah kuliah	29	5.24	5.17	5.07	5.10
4. belum kuliah dan belum pelatihan	28	4.14	3.96	4.04	4.04
	100				

Dari Tabel 2 terlihat bahwa rata-rata skor yang diberikan kelompok responden yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan lebih tinggi daripada yang belum. Hal ini mengindikasikan minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha kreatif lebih tinggi bagi mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Hal yang sama terjadi untuk variabel pelatihan wirausaha kreatif. Mahasiswa yang sudah mengikuti pelatihan menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausaha kreatif.

Tabel 2. Rata-rata skor yang diberikan kelompok responden yang sudah dan belum mengambil mata kuliah kewirausahaan serta pelatihan wirausaha kreatif untuk masing-masing indikator minat wirausaha kreatif

	Jumlah responden	rata-rata skor untuk indikator:			
		Y1	Y2	Y3	Y4
sudah kuliah	43	5.88	5.70	5.58	5.65
belum kuliah	57	4.70	4.58	4.56	4.58
	100				
sudah pelatihan	60	5.70	5.58	5.45	5.53
belum pelatihan	40	4.48	4.28	4.33	4.30
	100				

Dari Tabel 1 dan 2 dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang diberikan responden hampir seluruhnya di atas nilai tengah dari skala pengukuran variabel minat wirausaha kreatif, yaitu 4 (nilai terendah ditambah nilai tertinggi dibagi 2), kecuali rata-rata skor Y2 pada kelompok mahasiswa yang belum mengambil mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha kreatif. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa sejak awal minat mahasiswa untuk berwira usaha memang cukup tinggi.

Hasil Analisis Regresi

Secara umum, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pemberian mata kuliah kewirausahaan (X_1) dan Pelatihan usaha kreatif (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif (Y) pada keempat model regresi, dimanayaitu: Y_1 = Keinginan untuk bekerja mandiri, Y_2 = Keinginan untuk memperoleh tantangan, Y_3 = Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan Y_4 = Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru. Koefisien variabel X_1 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Koefisien variabel X_2 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah pernah mengikuti pelatihan wirausaha kreatif.

Dari nilai statistik F dan koefisien determinasi terlihat bahwa pengaruh X_1 dan X_2 paling besar pada model 2 dimana Y diukur dari keinginan untuk memperoleh tantangan. Sedangkan pengaruh X_1 dan X_2 paling kecil pada model 3, dimana Y diukur sebagai keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil.

Hasil uji determinasi menunjukkan koefisien determinasi paling tinggi pada model 2 yaitu 59,5% dan terendah pada model 3 yaitu 40,7%. Bagaimanapun, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh faktor yang tidak dimasukkan dalam model penelitian cukup besar. Hal ini kembali memperkuat dugaan bahwa sejak awal minat mahasiswa berwirausaha memang cukup tinggi, yang disebabkan oleh faktor lain.

Tabel 3 Ringkasan hasil analisis regresi

Variabel	Y1	Y2	Y3	Y4
Constant	4.185 (0.00)	4.010 (0.00)	4.079 (0.00)	4.045 (0.00)
X1	0.967 (0.00)	0.882 (0.00)	0.819 (0.00)	0.85 (0.00)
X2	1.016 (0.00)	1.117 (0.00)	0.948 (0.00)	1.049 (0.00)
F	55.312 (0.00)	71.174 (0.00)	34.935 (0.00)	44.294 (0.00)
R ²	0.533	0.595	0.419	0.477
adjusted R ²	0.523	0.586	0.407	0.467

5. KESIMPULAN

Dari hasil pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa pemberian mata kuliah dan pelatihan wirausaha kreatif sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa FE Unmas Denpasar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemberian mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha di ekonomi kreatif yang telah dilakukan di FE Unmas Denpasar terbukti dapat meningkatkan minat wirausaha kreatif pada mahasiswanya.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha khususnya pada usaha kreatif. Sehingga diharapkan pihak FE Unmas Denpasar dapat mengambil kebijakan yang tepat dalam rangka lebih meningkatkan lagi minat mahasiswanya untuk berwirausaha.



REFERENSI

- Adair, John. 1996. *Effective Innovation: How to Stay Ahead of the Competition*. London: Pan Books.
- Afiff, F. 2012. *Kewirausahaan Dan Ekonomi Kreatif*. Binus University
- Afiff, F. 2012. Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif. <http://www.feb.unpad.ac.id/id/arsip-fakultas-ekonomi-unpad/opini/2198-pilar-pilar-ekonomi-kreatif>
- Alwi, Hasan. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 4. Jakarta: Balai Pustaka. \
- Dewi, Sutrisna, S.K. 2017. *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*, edisi 1, cetakan 1. Yogyakarta: deepublish.
- Putri, N L.W.W., Sujana, I N., Suwena, K.R. 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi* Vol 9, No 1
- Rumijati, A. 2010. Pengaruh Bakat Potensi Kewirausahaan Dan Metode Pembelajaran Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Ekonomika-Bisnis*, Vol. 01 No.0 :187-200
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Yuliatin, E. 2017. Pengaruh Lingkungan Kampus Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda Angkatan 2014-2016). *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 5, Nomor 4, 2017: 1091-1102
- _____. 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.