

**EKSPLORASI KREATIVITAS DAN INOVASI PEMBUATAN PHONECHARM DALAM  
MENINGKATKAN PENGHASILAN MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS SYARIAH INKADHA  
SUMENEP (STUDI FENOMENOLOGI)**

**Kristiani Utami**

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep

Email: [kristianiutami71@gmail.com](mailto:kristianiutami71@gmail.com)

**ARTICLE INFO**

**Kata Kunci:**

*Kreativitas, Inovasi, Phonecharm, Peningkatan Penghasilan, Fenomenologi, Kewirausahaan Syariah.*

**Cara Sitasi:**

Penulis, Kristiani Utami. "Eksplorasi Kreativitas dan Inovasi Pembuatan *Phonecharm* dalam Meningkatkan Penghasilan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Inkadha Sumenep (Studi Fenomenologi)." Currency: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah [Volume 05, Nomor 01](#) Juni 2026

**ABSTRACT**

Mahasiswa kerap menghadapi kesenjangan antara potensi kreativitas yang dimiliki dengan kemampuan mengonversinya menjadi pendapatan nyata, sementara studi tentang pengalaman subjektif wirausaha mahasiswa berbasis syariah masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk kreativitas dan inovasi yang dipraktikkan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep dalam pembuatan *Phone Charm*, memahami kontribusi usaha *Phone Charm* terhadap peningkatan penghasilan beserta hambatan dan strategi adaptifnya; serta, menggambarkan makna subjektif (*lived experience*) dari kegiatan usaha tersebut dalam bingkai kemandirian ekonomi syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap lima informan yang dipilih secara purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif yang telah menjalankan usaha *Phone Charm* minimal tiga bulan. Analisis data mengikuti prosedur fenomenologi: transkripsi, bracketing, horizontalisasi, pengelompokan makna, serta deskripsi tekstural dan struktural untuk menghasilkan deskripsi esensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa terwujud dalam desain tematik, kombinasi bahan, dan teknik produksi; sementara inovasi mencakup fungsi ganda produk, bahan daur ulang yang menekan biaya hingga 40 persen, kemasan bermuatan nilai Islami, serta sistem *pre-order* dan layanan purna jual. Usaha ini berkontribusi pada pendapatan bersih Rp150.000–Rp400.000 per minggu, meningkatkan percaya diri dan kemandirian ekonomi halal, meskipun dihadapkan pada hambatan benturan waktu dan fluktuasi permintaan yang diatasi dengan diversifikasi produk dan kolaborasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi kreativitas dan inovasi yang berlandaskan prinsip syariah menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai spiritual yang bermakna bagi mahasiswa.

*University students often face a gap between their creative potential and their ability to convert it into tangible income, while studies on the subjective entrepreneurial experiences of sharia-based students remain very limited. This study aims to explore the forms of creativity and innovation practiced by Sharia Business Management students at INKADHA Sumenep in making Phone Charms, understand the contribution of the Phone Charm business to income improvement, along with the obstacles and adaptive strategies employed; and, describe the subjective meaning (lived experience) of this business activity within the framework of sharia economic independence. This research employs a qualitative approach with a phenomenological method. Data were collected through semi-structured in-depth interviews, participant observation, and documentation studies involving five informants selected through purposive sampling based on criteria of active students who had been running a Phone Charm business for at least three months. Data analysis followed phenomenological procedures: transcription, bracketing, horizontalization, clustering of meanings, and textual and structural description to produce an essence description. The findings reveal that students' creativity is manifested in thematic design, material combination, and production techniques; while innovations include multi-function products, recycled materials that reduce costs by up to 40 percent, packaging embedded with Islamic values, as well as pre-order systems and after-sales services. This business contributes a net income of IDR 150,000–IDR 400,000 per week, enhances self-confidence and halal economic independence, although it faces obstacles such as time conflicts with lectures and fluctuating demand, which are addressed through product diversification and collaboration. This study concludes that the integration of creativity and innovation grounded in sharia principles creates both economic value and meaningful spiritual value for students.*

## **Pendahuluan**

Perkembangan ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus membuka peluang bagi generasi muda untuk menciptakan sumber pendapatan secara mandiri (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023; United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2022). Mahasiswa sebagai kelompok yang memiliki kreativitas, adaptabilitas, dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital memiliki potensi besar dalam mengembangkan usaha kreatif yang bernilai ekonomi (Aurellia & Puspitowati, 2023; Hariyanto & Ie, 2023). Namun demikian, realitas menunjukkan bahwa potensi tersebut belum sepenuhnya mampu dikonversi menjadi aktivitas ekonomi yang produktif dan berkelanjutan. Banyak mahasiswa masih mengalami keterbatasan dalam mengembangkan ide kreatif menjadi produk yang memiliki nilai tambah, daya saing, dan keberlanjutan usaha (Sephia & Ardiansyah, 2023).

Kondisi tersebut juga ditemukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep. Meskipun sebagian mahasiswa memiliki minat dan kemampuan dalam menciptakan produk kreatif, belum banyak yang mampu mengembangkan inovasi produk secara berkelanjutan sehingga dapat memberikan tambahan penghasilan yang signifikan (Data Internal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep, 2025). Salah satu produk kreatif yang memiliki peluang pasar cukup besar adalah *Phone Charm*, yaitu aksesoris telepon genggam yang berkembang sebagai bagian dari tren industri kreatif berbasis fesyen dan gaya hidup (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Produk ini memiliki keunggulan berupa biaya produksi yang relatif rendah, proses pembuatan yang sederhana, mudah dipersonalisasi sesuai kebutuhan konsumen, serta memiliki peluang pemasaran yang luas melalui platform digital (Hariyanto & Ie, 2023).

Dalam perspektif kewirausahaan, kreativitas dipandang sebagai kemampuan menghasilkan gagasan yang mampu menciptakan nilai tambah, sedangkan inovasi merupakan proses mengimplementasikan ide tersebut menjadi produk atau layanan yang memberikan manfaat ekonomi (Alfadri, 2023; Hikmah et al., 2023). Pada konteks ekonomi syariah, kreativitas dan inovasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga harus berlandaskan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan sehingga menghasilkan keberkahan dalam aktivitas bisnis (Savriadi et al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan usaha *Phone Charm* tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai implementasi kewirausahaan syariah dalam membangun kemandirian ekonomi mahasiswa (Alfadri, 2023).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peranan penting dalam keberhasilan usaha kreatif. Alfadri (2023) menemukan bahwa kreativitas dan inovasi menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing industri kreatif berbasis syariah melalui kolaborasi berbagai pemangku kepentingan. Selanjutnya, Aurellia dan Puspitowati (2023) membuktikan bahwa kreativitas dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Sementara itu, Hariyanto dan Ie (2023) menunjukkan bahwa kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Selain itu, Sephia dan Ardiansyah (2023) menyimpulkan bahwa inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menggunakan pendekatan kuantitatif yang berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel. Penelitian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman hidup (*lived experience*) mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi usaha *Phone Charm*, khususnya dalam perspektif kewirausahaan syariah, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami makna pengalaman mahasiswa dalam membangun kreativitas, mengembangkan inovasi, serta meningkatkan penghasilan melalui usaha *Phone Charm*.

Urgensi penelitian ini semakin kuat apabila dikaitkan dengan kondisi mahasiswa INKADHA Sumenep yang sebagian masih menghadapi keterbatasan ekonomi sehingga memerlukan alternatif sumber pendapatan yang fleksibel tanpa mengganggu aktivitas akademik (Data Internal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep, 2025). Usaha *Phone Charm* memiliki potensi sebagai salah satu bentuk kewirausahaan mahasiswa karena membutuhkan modal relatif kecil, proses produksi sederhana, dan didukung oleh perkembangan pemasaran digital (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Selain

itu, penelitian ini juga mendukung capaian pembelajaran Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang berorientasi pada pengembangan kompetensi kewirausahaan berbasis nilai-nilai syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk kreativitas dan inovasi yang dikembangkan oleh mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep dalam pembuatan *Phone Charm*, memahami bagaimana aktivitas usaha tersebut berkontribusi terhadap peningkatan penghasilan mahasiswa beserta berbagai tantangan yang dihadapi, serta mengungkap makna pengalaman subjektif mahasiswa dalam membangun kemandirian ekonomi melalui kegiatan kewirausahaan berbasis nilai-nilai ekonomi syariah.

### **Kajian Pustaka dan Pengembangan Proposisi Penelitian**

#### **1. Kreativitas dalam Kewirausahaan**

Kreativitas merupakan kemampuan individu dalam menghasilkan ide, gagasan, maupun solusi baru yang bernilai dan bermanfaat bagi penyelesaian suatu permasalahan (Alfadri, 2023). Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas menjadi modal utama untuk menciptakan produk yang memiliki keunikan, daya saing, dan nilai tambah sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang (Aurellia & Puspitowati, 2023). Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan penciptaan ide baru, tetapi juga kemampuan mengembangkan serta memodifikasi produk agar memiliki diferensiasi dibandingkan produk pesaing (Hariyanto & Ie, 2023).

Pada usaha *Phone Charm*, kreativitas diwujudkan melalui kemampuan mahasiswa dalam menciptakan desain yang menarik, memilih kombinasi warna, menentukan bahan baku, serta menghasilkan produk yang memiliki karakteristik unik sesuai preferensi konsumen.

#### **2. Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha**

Inovasi merupakan proses mengimplementasikan ide kreatif menjadi produk, proses, maupun strategi bisnis yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan pelaku usaha (Hikmah et al., 2023). Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga meliputi inovasi desain, penggunaan bahan baku, metode produksi, hingga strategi pemasaran digital yang mampu meningkatkan daya saing usaha (Sephia & Ardiansyah, 2023).

Dalam usaha *Phone Charm*, inovasi dapat diwujudkan melalui penggunaan bahan ramah lingkungan, personalisasi desain sesuai kebutuhan pelanggan, pengembangan produk multifungsi, serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*. Kemampuan melakukan inovasi tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk dan keberlanjutan usaha.

#### **3. Kewirausahaan Syariah**

Kewirausahaan syariah merupakan aktivitas bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, amanah, keadilan, serta menghasilkan produk yang halal dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat (Savriadi et al., 2023). Dalam perspektif ekonomi syariah, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan ekonomi, tetapi juga dari keberkahan usaha yang diperoleh melalui praktik bisnis yang sesuai dengan syariat Islam (Alfadri, 2023).

Dalam penelitian ini, usaha *Phone Charm* dipandang sebagai bentuk kewirausahaan syariah apabila seluruh proses produksi, penetapan harga, hingga transaksi dilakukan sesuai

dengan prinsip syariah sehingga peningkatan penghasilan yang diperoleh mahasiswa memiliki dimensi ekonomi sekaligus spiritual.

#### **4. Penghasilan Mahasiswa melalui Usaha Kreatif**

Penghasilan merupakan penerimaan ekonomi yang diperoleh individu dari aktivitas produktif yang dijalankan secara berkelanjutan. Bagi mahasiswa, usaha kreatif menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan kemandirian ekonomi sekaligus mengembangkan kompetensi kewirausahaan (Hariyanto & Ie, 2023). Usaha *Phone Charm* memiliki potensi ekonomi karena membutuhkan modal yang relatif kecil, proses produksi sederhana, serta didukung oleh perkembangan pemasaran digital yang semakin luas.

#### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Alfadri (2023) menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing industri kreatif berbasis syariah. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kolaborasi berbagai pemangku kepentingan mampu meningkatkan kemampuan inovasi pelaku usaha, namun belum mengeksplorasi pengalaman subjektif mahasiswa sebagai pelaku usaha kreatif.

Selanjutnya, Aurellia dan Puspitowati (2023) menemukan bahwa kreativitas, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pentingnya kreativitas dalam membangun usaha, tetapi belum menjelaskan bagaimana kreativitas tersebut diwujudkan menjadi produk yang mampu meningkatkan pendapatan mahasiswa.

Penelitian Hariyanto dan Ie (2023) menunjukkan bahwa kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, serta pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi produk dan pemasaran digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha, meskipun penelitian tersebut masih menggunakan pendekatan kuantitatif.

Selain itu, Sephia dan Ardiansyah (2023) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di Indonesia. Penelitian tersebut menekankan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan daya saing usaha, namun belum mengkaji bagaimana proses inovasi dimaknai oleh pelaku usaha.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan syariah memiliki hubungan yang erat dengan keberhasilan usaha. Akan tetapi, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menjelaskan pengalaman hidup (*lived experience*) mahasiswa dalam mengembangkan usaha kreatif berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami makna kreativitas, inovasi, dan peningkatan penghasilan yang dialami mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep melalui usaha *Phone Charm*.

#### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan kajian pustaka, kreativitas dan inovasi merupakan dua faktor yang berperan penting dalam membangun usaha kreatif yang berkelanjutan. Kreativitas memungkinkan mahasiswa menghasilkan ide dan desain produk yang memiliki nilai tambah, sedangkan inovasi berperan dalam mengembangkan produk, proses produksi, maupun strategi pemasaran agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha (Alfadri, 2023; Hikmah et al., 2023). Dalam konteks kewirausahaan syariah, seluruh proses tersebut dijalankan berdasarkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, serta kemaslahatan

sehingga tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga keberkahan usaha (Savriadi et al., 2023).

Pendekatan fenomenologi memandang bahwa keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh pengalaman subjektif individu dalam memaknai kreativitas, inovasi, tantangan usaha, serta proses membangun kemandirian ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan berupaya mengungkap makna pengalaman mahasiswa dalam mengembangkan usaha *Phone Charm* sebagai media peningkatan penghasilan.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini dikembangkan melalui beberapa proposisi sebagai berikut.

**Tabel 1. Pengembangan Proposisi Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Proposisi Penelitian</b>	<b>Dasar Teori</b>	<b>Indikator yang Dieksplorasi</b>
<b>P1</b>	Mahasiswa memaknai kreativitas sebagai kemampuan menghasilkan desain <i>Phone Charm</i> yang unik, menarik, dan memiliki nilai tambah sehingga mampu meningkatkan daya tarik konsumen.	Teori kreativitas dalam kewirausahaan menyatakan bahwa kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide dan solusi baru yang bernilai ekonomi (Alfadri, 2023; Aurellia & Puspitowati, 2023).	Ide desain, orisinalitas produk, kombinasi warna, kreativitas bahan, diferensiasi produk.
<b>P2</b>	Inovasi pada aspek desain, bahan baku, proses produksi, dan strategi pemasaran menjadi pengalaman penting yang mendukung keberlangsungan usaha <i>Phone Charm</i> .	Inovasi dipandang sebagai implementasi ide kreatif menjadi produk dan strategi yang mampu meningkatkan daya saing usaha (Hikmah et al., 2023; Hariyanto & Ie, 2023).	Inovasi desain, inovasi bahan, inovasi produksi, pemasaran digital, adaptasi terhadap tren pasar.
<b>P3</b>	Penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan syariah membentuk cara mahasiswa menjalankan usaha secara jujur, amanah, adil, dan bertanggung jawab sehingga peningkatan penghasilan tidak hanya dimaknai sebagai keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai keberkahan usaha.	Kewirausahaan syariah menekankan nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan dalam aktivitas bisnis (Savriadi et al., 2023; Alfadri, 2023).	Kehalalan produk, kejujuran transaksi, amanah, etika bisnis, keberkahan usaha.
<b>P4</b>	Pengalaman mahasiswa dalam mengembangkan usaha <i>Phone Charm</i> dipengaruhi oleh interaksi antara kreativitas, inovasi, dukungan lingkungan, pemanfaatan teknologi digital, dan nilai-nilai kewirausahaan	Pendekatan fenomenologi memandang pengalaman hidup sebagai hasil interaksi individu dengan lingkungan sosial, budaya, dan nilai-nilai yang diyakini (Creswell & Poth, 2018; Van Manen,	Pengalaman berwirausaha, dukungan keluarga dan kampus, penggunaan media sosial, motivasi usaha, tantangan

syariah yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep.	2016), yang dalam konteks kewirausahaan diperkuat oleh kreativitas, inovasi, dan dukungan lingkungan (Hariyanto & Ie, 2023).	usaha, peningkatan penghasilan.
--	--	---------------------------------

Sumber: Disusun oleh peneliti berdasarkan kajian pustaka (2023–2025).

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan untuk memahami dan mengungkap makna pengalaman hidup (*lived experience*) mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi pembuatan *Phone Charm* sebagai upaya meningkatkan penghasilan. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha menggali pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan terhadap fenomena yang dialaminya sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai esensi pengalaman tersebut (Creswell & Poth, 2018; Neubauer et al., 2019).

Penelitian dilaksanakan di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Creswell & Poth, 2018). Adapun kriteria informan meliputi: (1) mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep; (2) memiliki usaha *Phone Charm* yang telah dijalankan minimal selama tiga bulan; (3) memperoleh penghasilan dari usaha tersebut; dan (4) bersedia menjadi informan penelitian. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation, yaitu proses pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan lagi tema-tema baru (Saunders et al., 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian sehingga peneliti tetap memiliki fleksibilitas dalam mengeksplorasi pengalaman informan secara mendalam (Creswell & Poth, 2018). Observasi dilakukan terhadap aktivitas mahasiswa dalam proses produksi, pengembangan desain, inovasi produk, serta strategi pemasaran *Phone Charm*. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto produk, aktivitas produksi, media promosi digital, dan catatan penjualan usaha (Miles et al., 2020).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*), yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, menginterpretasikan temuan, serta menyusun laporan penelitian (Creswell & Poth, 2018). Instrumen pendukung meliputi pedoman wawancara, lembar observasi, buku catatan lapangan (*field notes*), alat perekam suara, dan dokumentasi visual.

Analisis data dilakukan menggunakan tahapan analisis fenomenologi yang dikembangkan oleh Moustakas (1994), yaitu: (1) mentranskripsikan hasil wawancara secara verbatim; (2) melakukan epoche (bracketing) untuk mengurangi subjektivitas peneliti; (3) mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting (*horizontalization*); (4) mengelompokkan pernyataan ke dalam tema-tema atau unit makna (*clusters of meaning*); (5) menyusun deskripsi tekstural (*textural description*) mengenai apa yang dialami informan; (6) menyusun deskripsi struktural (*structural description*) mengenai bagaimana pengalaman tersebut terjadi; dan (7) merumuskan esensi pengalaman (*essence*) yang menjadi inti dari fenomena yang diteliti (Moustakas, 1994; Creswell & Poth, 2018).

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member checking* untuk memastikan kredibilitas hasil penelitian (Lincoln & Guba, 1985). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari setiap informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, *member checking* dilakukan dengan meminta informan mengonfirmasi hasil interpretasi peneliti agar sesuai dengan pengalaman yang mereka sampaikan (Lincoln & Guba, 1985). Penelitian ini juga menerapkan prinsip etika penelitian melalui pemberian informed consent, menjaga kerahasiaan identitas informan, menjamin partisipasi yang bersifat sukarela, serta menggunakan seluruh data hanya untuk kepentingan akademik (Creswell & Poth, 2018).

## Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Informan dan Setting Penelitian

Penelitian ini melibatkan lima orang informan yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep. Seluruh informan telah menjalankan usaha produksi dan penjualan *Phone Charm* secara rutin selama minimal tiga bulan pada saat penelitian dilaksanakan. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, nama-nama informan menggunakan nama singkat, yaitu Ria, Santi, Tia, Ulfa, dan Via. Pemilihan kelima informan didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan dalam metode penelitian, yaitu mereka telah memiliki pengalaman empirik yang memadai dalam mengintegrasikan kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan pendapatan dari produk *Phone Charm*.

Informan Ria adalah mahasiswa semester enam yang telah memproduksi *Phone Charm* selama delapan bulan. Ia memulai usahanya karena terinspirasi dari tren aksesoris ponsel di kalangan teman-teman kampusnya. Informan Santi merupakan mahasiswa semester empat yang telah berkecimpung dalam usaha ini selama lima bulan. Ia mengkombinasikan produksi *Phone Charm* dengan kegiatan berorganisasi, sehingga usahanya dijalankan secara fleksibel di sela-sela jadwal kuliah dan kegiatan ekstrakurikuler. Informan Tia adalah mahasiswa semester enam yang telah menjalankan usaha selama sepuluh bulan dan tergolong paling lama di antara informan lainnya. Informan Ulfa adalah mahasiswa semester delapan yang menjadikan usaha *Phone Charm* sebagai sumber pendapatan utama untuk membiayai uang kuliah dan kebutuhan sehari-hari. Informan Via merupakan mahasiswa semester empat yang mulai terjun ke usaha ini sekitar empat bulan sebelum penelitian dilakukan, dengan fokus pada inovasi bahan daur ulang.

Setting penelitian dilakukan di beberapa lokasi sesuai dengan aktivitas produksi dan penjualan informan. Observasi partisipatif dilaksanakan di kos-kosan informan, di area kampus, dan di lokasi-lokasi pertemuan dengan pelanggan. Wawancara mendalam dilakukan di tempat yang disepakati bersama antara peneliti dan informan, seperti di ruang baca kampus, di kedai kopi sekitar kampus, dan di rumah kos informan. Durasi wawancara bervariasi antara 45 hingga 90 menit per sesi, dengan beberapa informan menjalani lebih dari satu sesi wawancara untuk menggali informasi yang lebih mendalam.

### 2. Temuan Penelitian

Berdasarkan analisis data melalui prosedur fenomenologi yang telah diuraikan pada bagian metode penelitian, ditemukan sejumlah tema utama yang menggambarkan pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengintegrasikan kreativitas dan inovasi pembuatan *Phone Charm* untuk meningkatkan penghasilan. Tema-tema tersebut dikelompokkan menjadi tiga dimensi utama yaitu bentuk-bentuk kreativitas yang

dipraktikkan, bentuk-bentuk inovasi yang dikembangkan dan kontribusi terhadap peningkatan penghasilan serta hambatan yang dihadapi.

### **3. Bentuk-Bentuk Kreativitas dalam Pembuatan *Phone Charm***

#### **a. Kreativitas Desain Tematik**

Seluruh informan menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan desain yang beragam dan menarik berdasarkan tema-tema tertentu yang sedang populer di kalangan mahasiswa. Tema-tema yang dominan muncul dalam produksi mereka antara lain karakter anime, motif batik kontemporer, kaligrafi Islami, serta tema alam dan tumbuhan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fauziah, L., & Hakim, A. R. (2022) yang mengidentifikasi bahwa nilai personalisasi dan estetika visual merupakan faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk *Phone Charm*.

Informan Ria menjelaskan bahwa ia selalu berusaha mengikuti tren yang berkembang di media sosial, terutama TikTok dan Instagram, untuk mengetahui tema-tema yang sedang diminati oleh target pasarnya. Ia menuturkan bahwa kemampuan membaca tren menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menarik perhatian pembeli. Sementara itu, informan T mengungkapkan bahwa tema kaligrafi Islami menjadi pilihan utamanya karena sesuai dengan latar belakang pendidikannya di Manajemen Bisnis Syariah dan juga karena nilai religius yang terkandung di dalamnya memberikan nilai tambah tersendiri bagi produk yang dihasilkannya. Ia merasa bahwa produknya tidak hanya bernilai estetika tetapi juga membawa pesan-pesan keislaman yang positif. Informan Santi dan Via lebih cenderung mengeksplorasi tema alam dan tumbuhan karena menurut mereka tema-tema tersebut memiliki daya tarik yang universal dan tidak mudah lekang oleh waktu. Mereka menggunakan elemen-elemen seperti daun, bunga, dan bentuk-bentuk organik lainnya sebagai inspirasi utama dalam mendesain *Phone Charm*.

#### **b. Kreativitas Pemilihan dan Kombinasi Bahan**

Selain desain tematik, kreativitas informan juga tercermin dalam pemilihan dan penggabungan bahan-bahan yang beragam. Bahan-bahan yang digunakan antara lain manik-manik kaca, kayu, biji-bijian, kain perca, *resin epoxy*, dan sedotan plastik bekas yang diolah kembali. Kemampuan untuk mengkombinasikan bahan-bahan yang berbeda dan menciptakan harmoni visual yang menarik merupakan bentuk kreativitas yang sangat dihargai oleh konsumen.

Informan Ulfa mengungkapkan bahwa ia secara khusus mempelajari teknik pencampuran warna pada *resin epoxy* untuk menghasilkan efek gradasi dan marmer yang artistik. Ia menuturkan bahwa proses ini memerlukan ketelitian dan pengalaman, karena kesalahan dalam komposisi bahan dapat merusak keseluruhan produk. Informan V, di sisi lain, justru memilih untuk mengkombinasikan bahan daur ulang dengan bahan-bahan alami untuk menciptakan kontras tekstur yang unik. Menurutnya, kombinasi ini memberikan nilai tambah berupa narasi ramah lingkungan yang saat ini sangat diminati oleh konsumen muda.

#### **c. Kreativitas Teknik Produksi**

Dari hasil observasi partisipatif, ditemukan bahwa informan tidak hanya mengandalkan teknik-teknik standar dalam produksi, tetapi juga mengembangkan teknik-teknik baru yang disesuaikan dengan keterbatasan peralatan dan ruang yang mereka miliki. Informan Tia mengembangkan teknik anyaman makrame ukuran mikro dengan menggunakan benang khusus yang sangat kecil, sehingga *Phone Charm* yang dihasilkan terlihat rumit dan eksklusif. Teknik ini membutuhkan kesabaran dan

keterampilan motorik halus yang tinggi, namun hasilnya diakui oleh informan Tia sebagai salah satu faktor yang membuat produknya mampu dijual dengan harga premium.

Informan Ria dan Santi mengembangkan teknik cetak resin sederhana dengan menggunakan cetakan silikon yang dibuat sendiri dari bahan bekas. Mereka menuturkan bahwa kemampuan membuat cetakan sendiri secara signifikan menekan biaya produksi karena mereka tidak perlu membeli cetakan jadi yang harganya relatif mahal. Temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam penelitian ini tidak terbatas pada aspek desain semata, tetapi juga mencakup pengembangan teknik produksi yang efisien dan adaptif.

#### **4. Bentuk-Bentuk Inovasi yang Dikembangkan**

##### **a. Inovasi Fungsi Ganda**

Salah satu temuan paling signifikan dalam penelitian ini adalah adanya inovasi produk berupa penambahan fungsi ganda pada *Phone Charm* yang diproduksi. Informan Tia dan Ulfa secara independen mengembangkan *Phone Charm* yang tidak hanya berfungsi sebagai aksesoris estetika, tetapi juga sebagai pop socket penahan ponsel dan sebagai pengikat kabel charger. Inovasi ini lahir dari pengamatan mereka terhadap kebutuhan praktis sehari-hari yang seringkali diabaikan oleh produsen aksesoris konvensional.

Informan Tia dengan jelas menyatakan bahwa penambahan fungsi ganda ini menjadi daya tarik utama produknya dan membedakannya dari produk-produk *Phone Charm* yang dijual di toko-toko aksesoris pada umumnya. Ia menuturkan bahwa pembeli sering kali memberi respons positif karena mereka mendapatkan dua manfaat sekaligus dari satu produk. Hal ini memperkuat temuan Fauziah dan Hakim bahwa konsumen mahasiswi bersedia membayar harga lebih tinggi untuk *Phone Charm* yang menawarkan kombinasi estetika dan fungsi tambahan.

##### **b. Inovasi Bahan Daur Ulang**

Seluruh informan menunjukkan kesadaran terhadap isu lingkungan dan mengimplementasikannya melalui penggunaan bahan-bahan daur ulang dalam produk mereka. Informan Via menjadi yang paling vokal dalam aspek ini, karena usahanya hampir sepenuhnya berbasis pada bahan-bahan bekas yang diolah ulang, seperti sedotan plastik, kain perca, dan kertas bekas yang dilapisi resin. Ia menjelaskan bahwa selain menekan biaya produksi hingga sekitar 40 persen, penggunaan bahan daur ulang juga menjadi nilai jual tersendiri karena konsumen merasa turut berkontribusi dalam upaya pengurangan sampah plastik. Informan Ria juga mulai mengadopsi bahan daur ulang setelah melihat keberhasilan informan Via. Ia mengungkapkan bahwa pada awalnya ia ragu terhadap kualitas bahan daur ulang, namun setelah mencoba dan melihat respons konsumen yang positif, ia menjadi lebih percaya diri untuk terus mengembangkan inovasi ini. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahman yang menunjukkan bahwa penggunaan bahan daur ulang tidak hanya menekan biaya produksi tetapi juga menciptakan narasi lingkungan yang menarik bagi konsumen muda.

##### **c. Inovasi Kemasan dan Pemasaran**

Inovasi dalam penelitian ini tidak terbatas pada produk fisik, tetapi juga mencakup aspek kemasan dan strategi pemasaran. Informan Santi dan Ulfa mengembangkan kemasan yang dilengkapi dengan pesan-pesan motivasi dan kutipan ayat-ayat Al-Quran yang relevan dengan semangat berwirausaha. Menurut mereka, kemasan semacam ini memberikan pengalaman membuka produk yang lebih berkesan bagi pembeli dan sekaligus menjadi media dakwah yang halus. Informan Ulfa menambahkan bahwa ia

sering menuliskan doa-doa singkat pada kartu ucapan yang disertakan dalam kemasan, dan hal ini mendapat apresiasi yang tinggi dari pelanggan yang sebagian besar adalah sesama mahasiswa Muslim.

Dari sisi pemasaran, informan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka. Mereka membuat konten-konten visual yang menarik, seperti video proses pembuatan, unboxing, dan testimoni pelanggan. Strategi ini dinilai efektif karena menjangkau target pasar yang sebagian besar adalah pengguna aktif media sosial.

d. Inovasi Sistem Pemesanan dan Layanan Purna Jual

Beberapa informan mengembangkan sistem pemesanan yang fleksibel dan responsif. Informan Santi menerapkan sistem *pre-order* dengan berbagai pilihan variasi desain yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Sistem ini memungkinkan informan Santi untuk memproduksi barang sesuai pesanan sehingga meminimalkan risiko stok produk yang tidak terjual. Sementara itu, informan Tia menawarkan layanan perbaikan gratis untuk *Phone Charm* yang rusak atau patah dalam jangka waktu tertentu. Layanan purna jual ini terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan efek *word-of-mouth* yang positif di lingkungan kampus.

## 5. Kontribusi terhadap Peningkatan Penghasilan

a. Besaran Pendapatan dan Pola Penjualan

Berdasarkan catatan penjualan yang didokumentasikan selama tiga bulan terakhir sebelum penelitian dilakukan, rata-rata pendapatan bersih informan berkisar antara Rp150.000 hingga Rp400.000 per minggu. Informan Ulfa mencatat pendapatan tertinggi, yaitu rata-rata Rp400.000 per minggu, yang cukup untuk menutupi biaya uang kuliah tunggal dan sebagian kebutuhan hidupnya. Informan Santi dan Via berada pada kisaran Rp200.000 hingga Rp250.000 per minggu, sementara informan Ria dan Tia memperoleh Rp150.000 hingga Rp200.000 per minggu.

Pola penjualan menunjukkan variasi yang menarik. Beberapa informan mengalami lonjakan permintaan pada saat jelang hari besar keagamaan, seperti Ramadan dan Idul Fitri, karena banyak mahasiswa yang mencari hadiah untuk keluarga dan teman. Informan Tia menuturkan bahwa selama bulan Ramadan, penjualannya dapat meningkat hingga dua kali lipat karena ia menambahkan tema-tema Islami pada produknya dan memasarkannya sebagai oleh-oleh atau souvenir spesial.

b. Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Penjualan

Dari hasil wawancara, teridentifikasi beberapa faktor yang menentukan tinggi rendahnya pendapatan yang diperoleh informan. Faktor pertama adalah diferensiasi produk. Informan yang mampu menciptakan produk yang berbeda dari yang dijual di pasaran umum cenderung memiliki pendapatan lebih tinggi. Informan Tia dan Ulfa, yang mengembangkan fungsi ganda, termasuk dalam kategori ini. Faktor kedua adalah strategi penetapan harga. Informan yang mampu menghitung biaya produksi secara akurat dan menetapkan margin keuntungan yang kompetitif memperoleh pendapatan yang lebih stabil.

Faktor ketiga adalah frekuensi dan konsistensi produksi. Informan yang memiliki jadwal produksi yang teratur dan disiplin mampu memenuhi pesanan tepat waktu dan tidak kehilangan pelanggan. Informan Ulfa menuturkan bahwa ia membuat jadwal produksi mingguan dan mematuhi dengan disiplin, meskipun terkadang harus mengorbankan waktu istirahatnya. Faktor keempat adalah jaringan pemasaran, baik

secara online maupun dari mulut ke mulut. Semua informan mengakui bahwa promosi oleh teman atau pelanggan yang puas merupakan sumber pesanan yang paling efektif dan berbiaya rendah.

c. Kontribusi Pendapatan terhadap Pemenuhan Kebutuhan dan Kemandirian Ekonomi

Seluruh informan menyatakan bahwa pendapatan dari penjualan *Phone Charm* memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemenuhan kebutuhan mereka. Secara umum, informan membagi penggunaan pendapatan menjadi tiga kategori utama, yaitu untuk biaya kuliah (termasuk uang kuliah, pembelian buku, dan fotokopi), untuk kebutuhan sehari-hari (makanan, transportasi, dan pulsa), serta untuk menabung dan membeli bahan baku produksi berikutnya.

Hal yang paling menarik adalah bahwa seluruh informan menyatakan bahwa usaha ini memberikan rasa percaya diri dan kebanggaan tersendiri, karena mereka mampu menghasilkan uang secara mandiri tanpa harus bergantung pada orang tua atau meminjam uang kepada pihak lain yang tidak jelas kehalalannya. Informan Ulfa secara tegas menyatakan bahwa hasil dari usaha *Phone Charm* ini dianggapnya sebagai rezeki yang halal karena proses pembuatan dan pemasarannya tidak mengandung unsur penipuan, riba, maupun barang-barang yang diharamkan. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam Islam yang menekankan pentingnya kehalalan rantai nilai.

## 6. Hambatan dan Strategi Adaptif

a. Hambatan Internal dan Eksternal

Meskipun usaha ini memberikan dampak positif, informan juga menghadapi sejumlah hambatan yang cukup signifikan. Hambatan internal yang paling dominan adalah benturan waktu antara produksi dan jadwal kuliah. Semua informan mengakui bahwa mereka sering kali harus bekerja hingga larut malam atau pada akhir pekan untuk memenuhi pesanan yang menumpuk. Informan Santi, yang juga aktif dalam kegiatan organisasi, mengungkapkan bahwa membagi waktu antara kuliah, organisasi, dan produksi merupakan tantangan terbesar yang harus dihadapi setiap hari.

Hambatan eksternal yang muncul antara lain fluktuasi permintaan yang tidak menentu, terutama di luar musim-musim tertentu. Informan Ria menceritakan bahwa pada minggu-minggu biasa sebelum ujian, permintaan cenderung menurun karena mahasiswa lebih fokus pada belajar. Selain itu, persaingan dengan produsen *Phone Charm* lain, baik dari dalam maupun luar kampus, juga menjadi tantangan. Informan Via mengamati bahwa semakin banyak mahasiswa yang mulai terjun ke bisnis serupa, sehingga ia harus terus berinovasi agar produknya tetap diminati.

Hambatan lainnya adalah keterbatasan modal untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar, yang menyebabkan biaya per unit menjadi lebih tinggi dibandingkan jika membeli bahan secara grosir. Informan Tia menuturkan bahwa ia sering kali hanya mampu membeli bahan baku secara eceran karena keterbatasan dana, yang pada akhirnya menekan margin keuntungannya.

b. Strategi Adaptif yang Dikembangkan

Menghadapi hambatan-hambatan tersebut, informan mengembangkan berbagai strategi adaptif. Untuk mengatasi benturan waktu, informan membuat jadwal produksi yang fleksibel dengan memanfaatkan waktu-waktu senggang, seperti jam istirahat kuliah atau malam hari. Beberapa informan juga berkolaborasi dengan teman-teman untuk saling membantu dalam produksi ketika pesanan sedang banyak, sehingga beban kerja tidak terlalu berat. Untuk mengatasi fluktuasi permintaan, informan mengembangkan

strategi diversifikasi produk, yaitu membuat variasi *Phone Charm* dengan rentang harga yang berbeda sehingga dapat menjangkau segmen konsumen yang lebih luas. Informan Ulfa, misalnya, membuat *Phone Charm* standar dengan harga yang lebih murah dan *Phone Charm* premium yang dilengkapi dengan fungsi tambahan dan kemasan mewah. Strategi ini terbukti efektif untuk mempertahankan pendapatan pada saat permintaan menurun.

Untuk mengatasi keterbatasan modal, informan menerapkan sistem *pre-order* yang mengharuskan konsumen membayar uang muka sebelum produk diproduksi. Dengan sistem ini, informan tidak perlu mengeluarkan modal besar di awal karena sebagian biaya produksi telah tertutup oleh uang muka dari pelanggan. Selain itu, beberapa informan mulai menjalin kerja sama dengan pelanggan tetap untuk memberikan diskon khusus atau sistem pemesanan berulang yang saling menguntungkan.

## **Pembahasan**

### **1. Integrasi Kreativitas dan Inovasi sebagai Proses Berkelanjutan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi tidak berdiri sebagai entitas yang terpisah, melainkan merupakan proses yang saling terkait dan berkelanjutan. Kreativitas, sebagaimana didefinisikan oleh Amabile sebagai kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang berguna, menjadi titik awal dari seluruh kegiatan produksi yang dilakukan informan. Namun, kreativitas tersebut tidak akan memberikan nilai ekonomi yang berarti tanpa diikuti oleh proses inovasi, yaitu implementasi ide-ide kreatif menjadi produk nyata yang memiliki keunggulan kompetitif.

Temuan ini memperkuat apa yang telah dikemukakan oleh Schumpeter bahwa inovasi merupakan motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi. Dalam konteks yang lebih spesifik, informan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mampu menghasilkan desain yang baru, tetapi juga mampu mengubah desain tersebut menjadi produk dengan fungsi tambahan yang tidak tersedia di pasaran umum. Hal ini mengindikasikan bahwa kapasitas inovasi mereka tidak terbatas pada aspek artistik, tetapi juga mencakup aspek fungsional dan strategis.

### **2. Kreativitas dan Inovasi dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Dari perspektif ekonomi syariah, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh aktivitas produksi dan pemasaran yang dilakukan informan sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Kehalalan bahan baku, kejujuran dalam pemasaran, dan penghindaran terhadap unsur riba, gharar, serta maysir menjadi pertimbangan yang secara sadar diterapkan oleh informan. Informan Tia dan Ulfa, misalnya, secara tegas menyatakan bahwa mereka menolak menjual produk yang mengandung unsur syubhat atau menggunakan praktik pemasaran yang menipu.

Lebih jauh, nilai-nilai syariah dalam kegiatan usaha informan tidak hanya tercermin dalam aspek legal-formal, tetapi juga dalam aspek spiritual dan sosial. Penyertaan pesan-pesan motivasi Islami dalam kemasan, pencantuman doa, dan pemberian layanan perbaikan gratis merupakan cerminan dari nilai-nilai ihsan dan keadilan yang sangat dijunjung dalam Islam. Dengan demikian, usaha yang mereka jalankan tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi etis dan spiritual yang memperkaya makna pengalaman mereka sebagai wirausahawan muslim.

### **3. Kontribusi terhadap Kemandirian Ekonomi dan Makna Subjektif**

Dari sisi kontribusi ekonomi, temuan penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian Nurhayati bahwa keterlibatan mahasiswa dalam produksi aksesoris handmade dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Namun, penelitian ini memberikan nuansa

baru dengan mengungkapkan bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya dilihat secara kuantitatif, tetapi juga memiliki dimensi kualitatif berupa rasa percaya diri, kebanggaan, dan kemandirian yang muncul dari kemampuan untuk menghasilkan uang secara halal dan mandiri.

Makna subjektif ini menjadi salah satu temuan paling penting dalam penelitian fenomenologi ini. Seluruh informan menyatakan bahwa usaha *Phone Charm* bukan sekadar cara untuk mendapatkan uang, tetapi juga sarana untuk aktualisasi diri, pengembangan keterampilan, dan bahkan sarana dakwah. Informan Ulfa mengungkapkan bahwa melalui usahanya, ia merasa lebih dihargai oleh keluarganya dan lebih percaya diri dalam pergaulan di kampus. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak dari usaha kreatif tidak terbatas pada aspek material, tetapi merambat ke aspek psikologis dan sosial yang tidak kalah pentingnya.

#### **4. Tantangan dan Resiliensi dalam Praktik Kewirausahaan Mahasiswa**

Meskipun dihadapkan pada berbagai hambatan, informan menunjukkan tingkat resiliensi yang tinggi. Mereka tidak menyerah pada keterbatasan waktu, modal, atau persaingan, tetapi justru mengembangkan strategi-strategi adaptif yang kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa, dengan segala keterbatasannya, memiliki kapasitas untuk menjadi pelaku usaha yang tangguh jika diberikan ruang dan dukungan yang memadai.

Resiliensi ini dapat dikaitkan dengan konsep *entrepreneurial mindset* yang menekankan pada kemampuan untuk melihat peluang di tengah keterbatasan dan kemampuan untuk bertahan dalam menghadapi tantangan. Dalam konteks ini, informan tidak melihat benturan waktu sebagai alasan untuk berhenti, tetapi sebagai tantangan yang memicu mereka untuk mengelola waktu dengan lebih baik. Mereka tidak melihat keterbatasan modal sebagai penghalang, tetapi sebagai pemicu untuk mencari cara-cara inovatif seperti sistem *pre-order* dan kolaborasi dengan sesama produsen.

#### **5. Implikasi Teoretis dan Praktis**

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur tentang kewirausahaan mahasiswa dengan menyajikan perspektif fenomenologi yang selama ini masih terbatas. Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan proses yang bersifat dinamis, kontekstual, dan sarat dengan makna subjektif yang hanya dapat dipahami melalui pendekatan kualitatif yang mendalam. Temuan ini juga menegaskan bahwa nilai-nilai syariah tidak hanya menjadi kerangka normatif, tetapi benar-benar terinternalisasi dan terpraktikkan dalam kegiatan bisnis mahasiswa.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi. Pertama, program studi Manajemen Bisnis Syariah hendaknya mempertimbangkan untuk mengintegrasikan praktik produksi kreatif seperti pembuatan *Phone Charm* sebagai bagian dari mata kuliah kewirausahaan berbasis proyek. Kedua, kampus dapat menyediakan fasilitas pendukung seperti ruang produksi bersama atau pinjaman modal mikro untuk membantu mahasiswa mengembangkan usahanya. Ketiga, mahasiswa lain yang ingin memulai usaha serupa dapat menjadikan strategi-strategi yang diterapkan informan sebagai model pembelajaran, seperti diferensiasi produk, penggunaan bahan daur ulang, dan sistem *pre-order* untuk mengelola modal.

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan pengalaman yang dimaknai secara penting oleh mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah INKADHA Sumenep dalam mengembangkan usaha *Phone Charm*. Kreativitas tidak hanya diwujudkan melalui kemampuan menciptakan desain yang unik, menarik, dan sesuai dengan preferensi konsumen, tetapi juga

melalui keberanian mengembangkan ide-ide baru sebagai upaya meningkatkan daya saing produk di tengah perkembangan tren pasar. Sementara itu, inovasi diwujudkan dalam pemilihan bahan baku, pengembangan desain, strategi pemasaran digital, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan pelanggan sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi usaha yang dijalankan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa usaha *Phone Charm* memberikan kontribusi terhadap peningkatan penghasilan mahasiswa. Penghasilan tersebut tidak hanya dimanfaatkan untuk membantu memenuhi kebutuhan pendidikan dan kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran dalam membangun kemandirian ekonomi, meningkatkan rasa percaya diri, serta mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak masa perkuliahan. Namun demikian, mahasiswa masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, persaingan pasar, perubahan tren konsumen, serta keterbatasan waktu dalam menyeimbangkan aktivitas akademik dan kegiatan usaha.

Dalam perspektif kewirausahaan syariah, pengalaman menjalankan usaha *Phone Charm* tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam berwirausaha. Mahasiswa berupaya menerapkan prinsip kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan, serta memastikan bahwa proses produksi dan transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari peningkatan penghasilan, tetapi juga dari keberkahan usaha yang diperoleh melalui praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkap bahwa pengalaman mahasiswa dalam mengembangkan usaha *Phone Charm* terbentuk melalui interaksi antara kreativitas, inovasi, pemanfaatan teknologi digital, dukungan lingkungan, serta internalisasi nilai-nilai kewirausahaan syariah. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya kajian mengenai kewirausahaan kreatif berbasis syariah, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang program pengembangan kewirausahaan yang lebih kontekstual, inovatif, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi mahasiswa.

#### **Daftar Pustaka**

- Alfadri, F. (2023). Peran *Quadruple Helix* dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi industri kreatif berbasis syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1859–1868. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8324>
- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Westview Press.
- Aurellia, K., & Puspitowati, I. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan efikasi diri kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(3), 1097–1106. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25407>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV-2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2024/02/05/2269/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2023.html>
- Bungin, B. (2010). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif dan desain riset: Memilih di antara lima pendekatan* (Edisi ke-3). Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam. (2023). *Panduan implementasi kurikulum Merdeka Belajar–Kampus Merdeka pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Fauziah, L., & Hakim, A. R. (2022). Inovasi produk *phone charm* dan perilaku konsumen mahasiswi. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 23–38.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 529–537. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23422>
- Hikmah, Ratnawati, A. T., & Darmanto, S. (2023). The effect of entrepreneurial orientation and dynamic capability on business performance in creative industry: The mediating role of innovativeness product advantage. *Global Business and Finance Review*, 28(2), 17–33. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.2.17>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Statistik ekonomi kreatif Indonesia 2023*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Neubauer, B. E., Witkop, C. T., & Varpio, L. (2019). How phenomenology can help us learn from the experiences of others. *Perspectives on Medical Education*, 8(2), 90–97. <https://doi.org/10.1007/s40037-019-0509-2>
- Nurhayati, S. (2021). Kreativitas mahasiswa dalam produksi aksesoris handmade dan kontribusinya terhadap pendapatan. *Jurnal Ekonomi Kreatif Syariah*, 9(2), 45–59.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Pradana, D. A., & Susanti, H. D. (2024). Leveraging online platforms for coach-peer conferences among university student entrepreneurs: Building entrepreneurial self-efficacy. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 15(2), 384–402. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-03-2024-0068>
- Rahman, M. F. (2023). Penggunaan bahan daur ulang dalam usaha kreatif mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Syariah*, 112–120.
- Ramin, M. (2021). Optimalisasi peran pedagang pasar tradisional dalam pengembangan usaha di masa pandemi Covid-19 (Studi pada Pasar Tamberu Timur Sokobanah Sampang Madura). *Investi*, 3(1).
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Savriadi, S., Marni, S., & Julisman. (2023). Membangun jiwa entrepreneurship dalam perspektif ekonomi syariah. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 177–183.
- Sephia, S., & Ardiansyah, T. (2023). Analisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kesuksesan wirausaha di Indonesia. *Jurnal USAHA*, 4(2), 116–124. <https://doi.org/10.30998/juuk.v4i2.2357>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.

## **Currency:**

### **Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah**

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-74

---

- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *Creative economy outlook 2022*. United Nations. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>
- Zaman, A. Q., & Wahab, R. (2022). *Konstruksi sosial pendidikan demokrasi di lingkungan pesantren: Kajian fenomenologi pesantren mahasiswa di Malang, Surabaya, dan Yogyakarta* [Tesis doctoral, Universitas Negeri Yogyakarta].
- Zuhdi, H. M. (2025). *Model pengembangan UMKM ekonomi kreatif berbasis Islamic entrepreneurship di Kota Cirebon* [Tesis magister, UIN Siber Syekh Nurjati]. Repository UIN Siber Syekh Nurjati.