



**International Journal of Education, Social Studies,  
And Management (IJESSM)**

e-ISSN : 2775-4154

**Volume 6, Issue 1, February 2026**

The International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM) is published 3 times a year (**February, Juny, October**).

**Focus** : Education, Social, Economy, Management, and Culture.

**LINK** : <http://lppipublishing.com/index.php/ijessm>

## **Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai**

**Nadia Syahfitri<sup>1</sup>, Hendra<sup>2</sup>**

*<sup>1,2</sup> Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Indonesia*

### **ABSTRACT**

This study examines the strategy for developing the creative economy among students of the Sharia Economics Program at Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai using a qualitative field research approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving lecturers, program administrators, and student entrepreneurs. The findings indicate that the development strategy integrates an entrepreneurship-based curriculum, institutional mentoring, collaboration with local micro-enterprises, and the utilization of digital platforms for marketing and branding. Students primarily engage in halal culinary and digital creative businesses, applying Islamic ethical principles such as honesty, transparency, and social responsibility in their operations. Despite positive progress, challenges including limited capital, time management constraints, and financial literacy gaps persist. The novelty of this research lies in proposing a multidimensional strategic model that combines maqashid al-sharia principles with campus-based business incubation and digital transformation, positioning the creative economy as a value-driven empowerment instrument within Islamic higher education.

*Creative Economy, Sharia Entrepreneurship, Student Empowerment.*

### **ARTICLE INFO**

*Article history:*

Received

10 February 2026

Revised

10 March 2026

Accepted

25 April 2026

**Keywords**

**Corresponding**

**Author** : 

[nadiasyahfitri2@gmail.com](mailto:nadiasyahfitri2@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam satu dekade terakhir menunjukkan tren yang semakin signifikan sebagai pilar baru pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menempatkan ekonomi kreatif sebagai sektor strategis yang mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan nilai tambah produk, serta mendorong inovasi berbasis ide dan kreativitas (Maulud & Ismail, 2023). Dalam konteks global, ekonomi kreatif tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai ekosistem yang memadukan kreativitas, teknologi, dan kewirausahaan. Perguruan tinggi memiliki peran sentral dalam menyiapkan sumber daya manusia yang adaptif

dan inovatif untuk menjawab tantangan tersebut. Mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengembangkan potensi kreatif menjadi peluang usaha produktif yang berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai etika (Masitha, 2025).

Dalam perspektif ekonomi syariah, pengembangan ekonomi kreatif tidak terlepas dari prinsip-prinsip dasar seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kebermanfaatan sosial. Program studi Ekonomi Syariah memiliki tanggung jawab akademik untuk menanamkan nilai-nilai tersebut dalam praktik kewirausahaan mahasiswa. Konsep halal value chain, keuangan syariah, serta etika bisnis Islami menjadi landasan penting dalam membangun model ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa tidak cukup hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga harus memperhatikan dimensi spiritual dan sosial. Integrasi antara kompetensi akademik dan nilai religius menjadi ciri khas yang membedakan mahasiswa ekonomi syariah dengan pelaku usaha kreatif lainnya di lingkungan pendidikan tinggi (Febriyaningrum et al., 2024).

Sebagai salah satu perguruan tinggi Islam di Sumatera Utara, Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai memiliki visi mencetak lulusan yang unggul, berdaya saing, dan berakhlakul karimah. Mahasiswa Ekonomi Syariah di institusi ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif berbasis syariah, baik dalam bentuk usaha kuliner halal, fashion muslim, digital content Islami, maupun jasa berbasis teknologi. Namun demikian, potensi tersebut memerlukan strategi yang terencana dan sistematis agar dapat berkembang secara optimal. Dukungan kelembagaan, pembinaan kewirausahaan, serta kolaborasi dengan berbagai pihak menjadi faktor penting dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif kampus yang produktif dan inovatif.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih memandang kewirausahaan sebagai pilihan alternatif setelah lulus, bukan sebagai bagian integral dari proses pembelajaran. Padahal, era digital membuka peluang luas bagi mahasiswa untuk memulai usaha sejak dini dengan modal kreatifitas dan pemanfaatan teknologi informasi. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan akses permodalan, kurangnya pendampingan bisnis, serta minimnya literasi digital dan manajerial (Ngabalin et al., 2023). Kondisi ini menuntut adanya strategi pengembangan yang komprehensif, mencakup penguatan kurikulum, pelatihan praktis, serta pembentukan komunitas wirausaha mahasiswa yang saling mendukung dan berkolaborasi dalam membangun usaha kreatif berbasis syariah (Setyanto et al., 2022).

Strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa perlu dirancang dengan pendekatan partisipatif dan kontekstual sesuai karakteristik lokal. Kota Binjai sebagai wilayah dengan potensi UMKM yang berkembang memberikan peluang kolaborasi antara kampus dan masyarakat (Rasdy & Runtu, 2022). Mahasiswa dapat berperan sebagai inovator yang menghadirkan produk dan layanan kreatif dengan sentuhan nilai Islami. Sinergi antara teori yang diperoleh di ruang kuliah dan praktik lapangan menjadi kunci keberhasilan strategi ini. Selain itu, pemanfaatan platform digital seperti marketplace dan media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk mahasiswa di tingkat regional maupun nasional (Febriyaningrum et al., 2024).

Peran dosen dan lembaga kemahasiswaan juga sangat penting dalam membangun budaya kewirausahaan kreatif di lingkungan kampus. Pendampingan yang berkelanjutan, inkubasi bisnis, serta penyelenggaraan seminar dan pelatihan menjadi bagian dari strategi penguatan kapasitas mahasiswa. Pembentukan unit kegiatan mahasiswa berbasis kewirausahaan syariah dapat menjadi wadah eksplorasi ide dan inovasi. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman akademik, tetapi juga pengalaman praktis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Lingkungan kampus yang suportif akan mendorong lahirnya startup berbasis syariah yang kompetitif dan berorientasi pada kemaslahatan umat (Fadhilah S, 2020).

Pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Ekonomi Syariah juga harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Prinsip maqashid syariah dapat dijadikan kerangka dalam merumuskan strategi yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan pendekatan ini, usaha kreatif mahasiswa diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Integrasi antara inovasi, teknologi, dan nilai-nilai Islam menjadi fondasi dalam menciptakan model bisnis yang etis, inklusif, dan berdaya saing tinggi di tengah dinamika ekonomi global yang terus berubah (Barus et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis secara mendalam strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep ekonomi kreatif berbasis syariah serta kontribusi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang kebijakan pembinaan kewirausahaan mahasiswa. Dengan strategi yang tepat, mahasiswa tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja yang berlandaskan

nilai-nilai Islam, sehingga mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi daerah dan nasional secara berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research) yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai (Sugiyono, 2021). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali fenomena secara komprehensif melalui perspektif subjek penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang kontekstual dan holistik. Fokus penelitian diarahkan pada perumusan strategi, implementasi program, serta faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan dosen, pengelola program studi, dan mahasiswa pelaku usaha kreatif, serta dokumentasi berupa arsip kegiatan, proposal usaha, dan laporan program kewirausahaan. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan ekonomi kreatif kampus. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu merepresentasikan kondisi nyata dan dinamika strategi pengembangan yang diterapkan (Putra et al., 2023).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara simultan. Proses analisis dilakukan sejak awal pengumpulan data hingga tahap akhir penelitian untuk memastikan konsistensi dan kedalaman interpretasi. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode guna meningkatkan kredibilitas temuan penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan member check kepada informan untuk memastikan kesesuaian hasil wawancara dengan realitas yang dimaksud. Lokasi penelitian berada di lingkungan kampus dan unit usaha mahasiswa yang relevan dengan kegiatan ekonomi kreatif berbasis syariah. Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan etika penelitian, termasuk persetujuan informan dan kerahasiaan data. Melalui prosedur ini, penelitian diharapkan menghasilkan temuan yang akurat, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai telah diarahkan pada integrasi antara pembelajaran akademik dan praktik kewirausahaan. Kurikulum tidak hanya menekankan aspek teoritis ekonomi syariah, tetapi juga memberikan ruang pada mata kuliah kewirausahaan dan praktik bisnis berbasis proyek. Mahasiswa didorong untuk menyusun proposal usaha kreatif yang relevan dengan prinsip syariah, seperti usaha kuliner halal, modest fashion, dan jasa digital Islami. Pendekatan ini memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi usaha. Secara umum, mahasiswa mengakui bahwa integrasi teori dan praktik tersebut meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen bisnis syariah sekaligus melatih keberanian dalam mengambil risiko usaha secara terukur.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif mahasiswa. Pihak kampus menyediakan pelatihan kewirausahaan, seminar motivasi bisnis, serta pendampingan dari dosen yang memiliki pengalaman praktik usaha (Prajanti et al., 2021). Selain itu, terdapat kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal di Kota Binjai untuk membuka peluang magang dan kemitraan usaha. Bentuk dukungan ini membantu mahasiswa memahami realitas pasar secara langsung dan menyesuaikan strategi bisnis dengan kebutuhan konsumen. Beberapa mahasiswa yang diwawancarai menyatakan bahwa pendampingan intensif dari dosen menjadi faktor utama yang meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam mengembangkan usaha kreatif berbasis syariah (Ibadurrahman & Muhibban, 2025).

Hasil penelitian juga mengungkap bahwa sektor ekonomi kreatif yang paling diminati mahasiswa adalah kuliner halal dan bisnis berbasis digital. Usaha kuliner dipilih karena memiliki pasar yang luas dan relatif mudah dijalankan dengan modal terbatas (Iskandar et al., 2022). Sementara itu, bisnis digital seperti desain grafis Islami, content creator dakwah, dan pemasaran online berkembang seiring dengan meningkatnya literasi teknologi mahasiswa. Pemanfaatan media sosial dan marketplace menjadi strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar. Mahasiswa mampu mengoptimalkan platform digital untuk promosi, branding, dan interaksi dengan konsumen. Hal ini menunjukkan adanya adaptasi yang cukup baik terhadap perkembangan ekonomi digital dalam konteks ekonomi kreatif syariah (Anom Pancawati & Rieka Yulita Widawara, 2023).

Meskipun demikian, penelitian menemukan adanya sejumlah kendala yang dihadapi mahasiswa dalam mengembangkan usaha kreatif. Kendala utama meliputi keterbatasan modal, manajemen waktu antara kuliah dan bisnis, serta kurangnya pengalaman dalam pengelolaan keuangan. Beberapa mahasiswa mengaku kesulitan menjaga konsistensi produksi dan pemasaran ketika menghadapi jadwal akademik yang padat (Bangsawan, 2023). Selain itu, pemahaman tentang pencatatan keuangan syariah masih perlu ditingkatkan agar usaha yang dijalankan lebih profesional dan terstruktur. Kendala ini menunjukkan perlunya strategi pendampingan yang lebih sistematis dan berkelanjutan agar usaha mahasiswa dapat berkembang secara stabil (Fauziah & Al Amrie, 2023).

Penelitian juga menemukan bahwa nilai-nilai syariah menjadi diferensiasi utama dalam pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa. Prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial diterapkan dalam proses produksi maupun pelayanan kepada konsumen. Mahasiswa berupaya memastikan bahan baku halal, harga yang adil, serta pelayanan yang ramah dan etis. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi landasan moral, tetapi juga menjadi strategi branding yang membedakan produk mereka dari kompetitor. Konsumen memberikan respons positif terhadap usaha yang secara jelas menampilkan identitas syariah dan komitmen terhadap kualitas produk (Hasan et al., 2021).

Selain aspek internal kampus, dukungan lingkungan eksternal turut memengaruhi perkembangan ekonomi kreatif mahasiswa. Keluarga dan komunitas sekitar berperan sebagai pasar awal sekaligus sumber motivasi. Beberapa mahasiswa memanfaatkan jaringan masjid dan komunitas pengajian sebagai sarana promosi produk. Kolaborasi dengan sesama mahasiswa juga membentuk ekosistem usaha kecil berbasis tim, sehingga risiko dan tanggung jawab dapat dibagi bersama. Pola kolaboratif ini terbukti meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat daya tahan usaha dalam menghadapi persaingan pasar lokal.

Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif mengikuti pelatihan dan komunitas kewirausahaan memiliki perkembangan usaha yang lebih signifikan dibandingkan yang berjalan secara individual tanpa pendampingan. Mereka cenderung lebih terampil dalam membuat perencanaan bisnis, analisis pasar, serta inovasi produk. Partisipasi dalam kegiatan pameran kampus dan bazar UMKM juga meningkatkan pengalaman promosi dan memperluas relasi bisnis. Dengan demikian, keterlibatan aktif dalam program pengembangan kewirausahaan kampus berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan usaha kreatif mahasiswa secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai telah berjalan dengan arah yang positif namun masih memerlukan penguatan pada aspek permodalan, manajemen, dan pendampingan jangka panjang. Integrasi nilai syariah, dukungan kelembagaan, serta adaptasi terhadap teknologi digital menjadi faktor utama keberhasilan. Dengan pengembangan strategi yang lebih terstruktur dan kolaboratif, potensi mahasiswa sebagai pelaku ekonomi kreatif berbasis syariah dapat dioptimalkan untuk memberikan kontribusi yang lebih luas bagi masyarakat dan pembangunan ekonomi daerah.

### **Pembahasan**

Pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai tidak dapat dilepaskan dari integrasi antara kurikulum akademik dan praktik kewirausahaan. Integrasi ini selaras dengan teori experiential learning yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman dalam membentuk kompetensi nyata. Mahasiswa tidak hanya memahami konsep ekonomi syariah secara normatif, tetapi juga mengimplementasikannya dalam praktik bisnis kreatif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah memerlukan keseimbangan antara dimensi kognitif, afektif, dan psikomotorik. Secara konseptual, strategi tersebut mencerminkan model pendidikan kewirausahaan Islami yang menempatkan nilai moral sebagai fondasi inovasi ekonomi, sehingga aktivitas bisnis mahasiswa tidak terlepas dari prinsip etika dan tanggung jawab sosial.

Dukungan kelembagaan yang ditemukan dalam hasil penelitian memperlihatkan peran strategis perguruan tinggi sebagai inkubator kewirausahaan. Dalam perspektif manajemen pendidikan tinggi, kebijakan kampus yang menyediakan pelatihan, seminar, dan pendampingan merupakan bentuk intervensi struktural yang memperkuat kapasitas mahasiswa. Pembahasan ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi kreatif mahasiswa tidak hanya bergantung pada motivasi individu, tetapi juga pada ekosistem yang kondusif. Kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan pelaku UMKM lokal menciptakan jejaring sosial yang memperluas akses pasar dan sumber daya. Dengan demikian, strategi pengembangan yang berbasis kolaboratif lebih efektif dibandingkan pendekatan individualistik yang minim dukungan institusional (Umasugi, 2012).

Dominasi sektor kuliner halal dan bisnis digital dalam temuan penelitian dapat dianalisis sebagai respons adaptif terhadap peluang pasar yang tersedia.

Dalam kerangka ekonomi kreatif, pilihan sektor usaha mahasiswa mencerminkan kemudahan akses modal, fleksibilitas operasional, dan potensi permintaan yang tinggi. Transformasi digital turut memengaruhi pola usaha mahasiswa, di mana media sosial dan marketplace menjadi instrumen utama pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital menjadi komponen penting dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah. Pembahasan ini menegaskan bahwa integrasi teknologi dengan nilai Islami dapat menghasilkan model bisnis yang kompetitif sekaligus beretika (Panca Syahputra & Hendra Ibrahim, 2023).

Kendala permodalan dan manajemen waktu yang dihadapi mahasiswa menunjukkan adanya tantangan struktural dan personal dalam pengembangan usaha. Dari sudut pandang teori kewirausahaan, keterbatasan modal sering menjadi hambatan awal bagi pelaku usaha pemula. Namun, dalam konteks ekonomi syariah, alternatif seperti pembiayaan berbasis bagi hasil atau kemitraan dapat menjadi solusi strategis. Sementara itu, manajemen waktu menuntut kemampuan pengelolaan prioritas antara tanggung jawab akademik dan bisnis. Pembahasan ini mengindikasikan perlunya penguatan soft skills mahasiswa, termasuk manajemen diri dan perencanaan usaha yang realistis agar keberlanjutan bisnis dapat terjaga (Setyorini, 2024).

Nilai-nilai syariah yang diterapkan mahasiswa dalam menjalankan usaha menjadi diferensiasi yang signifikan dalam pembahasan ini. Prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan harga tidak hanya berfungsi sebagai landasan teologis, tetapi juga sebagai strategi reputasi bisnis. Dalam perspektif branding Islami, identitas syariah memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen, terutama di lingkungan masyarakat Muslim. Pembahasan ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis syariah memiliki keunggulan komparatif ketika nilai religius diterjemahkan secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari. Kepercayaan konsumen yang terbentuk menjadi modal sosial yang memperkuat daya saing usaha mahasiswa (Martaviona & Nurhalimah, 2025).

Peran keluarga dan komunitas sebagai lingkungan eksternal juga menjadi bagian penting dalam pembahasan strategi pengembangan. Dukungan moral dan finansial dari keluarga memberikan stabilitas awal bagi mahasiswa dalam merintis usaha. Sementara itu, komunitas masjid dan jaringan sosial lokal berfungsi sebagai pasar awal yang relatif aman untuk menguji produk. Dalam perspektif teori modal sosial, relasi interpersonal dan kepercayaan kolektif menjadi sumber daya yang tidak kalah penting dibandingkan modal finansial. Pembahasan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif

mahasiswa harus mempertimbangkan dimensi sosial sebagai faktor pendukung utama.

Partisipasi aktif mahasiswa dalam pelatihan dan komunitas kewirausahaan memperlihatkan korelasi positif terhadap perkembangan usaha. Hal ini dapat dijelaskan melalui teori capacity building yang menekankan peningkatan kompetensi melalui pembelajaran berkelanjutan. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan inkubasi bisnis cenderung memiliki perencanaan yang lebih matang dan inovasi produk yang lebih konsisten. Pembahasan ini menguatkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif tidak cukup hanya melalui kurikulum formal, tetapi juga melalui kegiatan nonformal yang bersifat aplikatif dan kolaboratif. Sinergi antara pembelajaran formal dan praktik lapangan menjadi kunci keberhasilan model pengembangan ini.

Secara keseluruhan, pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Ekonomi Syariah memerlukan pendekatan multidimensional yang mencakup aspek akademik, kelembagaan, teknologi, sosial, dan spiritual. Model pengembangan berbasis nilai syariah memberikan warna khas yang membedakannya dari pendekatan konvensional. Namun, keberlanjutan strategi ini bergantung pada konsistensi pendampingan, inovasi program, serta dukungan kebijakan kampus yang berorientasi jangka panjang. Dengan penguatan pada berbagai dimensi tersebut, ekonomi kreatif mahasiswa berpotensi menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi yang tidak hanya produktif secara finansial, tetapi juga berkontribusi terhadap kemaslahatan masyarakat luas.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai telah berjalan melalui integrasi kurikulum berbasis kewirausahaan, dukungan kelembagaan, pemanfaatan teknologi digital, serta internalisasi nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis. Model pengembangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi kreatif mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis dan manajerial, tetapi juga oleh ekosistem kampus yang suportif dan kolaboratif. Prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan kebermanfaatn sosial menjadi fondasi yang memperkuat daya saing usaha mahasiswa sekaligus membangun kepercayaan konsumen. Meskipun masih terdapat kendala pada aspek permodalan dan manajemen waktu, strategi yang diterapkan telah memberikan kontribusi positif dalam membentuk mahasiswa sebagai calon wirausahawan muda berbasis syariah yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Adapun novelty (kebaruan) penelitian ini terletak pada pengembangan model strategi ekonomi kreatif mahasiswa yang secara eksplisit mengintegrasikan nilai maqashid syariah dengan pendekatan inkubasi kewirausahaan kampus dan transformasi digital. Penelitian ini tidak hanya memotret aktivitas usaha mahasiswa, tetapi juga merumuskan kerangka strategis multidimensional yang menghubungkan aspek akademik, spiritual, sosial, dan teknologi dalam satu sistem pengembangan terpadu. Dengan demikian, studi ini memberikan kontribusi konseptual baru berupa model pengembangan ekonomi kreatif berbasis syariah di lingkungan perguruan tinggi Islam yang dapat direplikasi dan dikembangkan pada institusi sejenis. Model ini menegaskan bahwa ekonomi kreatif mahasiswa bukan sekadar aktivitas bisnis, melainkan instrumen pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada keberlanjutan dan kemaslahatan umat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anom Pancawati, A. P., & Rieka Yulita Widaswara. (2023). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1398>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Barus, E. E., Syahrial, M., Muchtar, E. H., & Trianto, B. (2024). Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion and Micro-Business Performance. *Revista Mexicana de Economia y Finanzas Nueva Epoca*. <https://doi.org/10.21919/remef.v19i1.967>
- Fadhilah S, N. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Fauziah, S. E., & Al Amrie, M. (2023). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEARIFKAN LOKAL UMKM PERBATASAN DALAM MENGURANGI PENGANGGURAN SEBATIK TENGAH. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3528>
- Febriyaningrum, V., Sindi, M., & Pandin, M. Y. R. (2024). Peran Ekonomi Biru Dalam Memperkuat Ketahanan Ekonomi (Studi Kasus Kawasan Wisata Mangrove di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*.

- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEKTOR UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Ibadurrahman, A., & Muhibban. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Tulis Kraton Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*.
- Iskandar, A., Fayadi, H., & Meldi Kesuma, T. (2022). PETA JALAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI WISATA KOTA SABANG. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.609>
- Martaviona, J., & Nurhalimah, S. (2025). Peran Pajak Daerah Dalam Pembangunan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*.
- Masitha, A. D. (2025). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS POTENSI LOKAL UNTUK MEMPERKUAT KETAHANAN EKONOMI DAERAH. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*. <https://doi.org/10.61896/jeki.v3i3.122>
- Maulud, A., & Ismail, I. (2023). POTENSI PENGEMBANGAN WISATA HALAL DALAM MENGEMBANGKAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN BIMA. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2229>
- Ngabalin, T., Habibie, A. F., & Darmawan, E. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF DALAM Mendukung Kebijakan Pariwisata Di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*. <https://doi.org/10.31629/juan.v11i01.5839>
- Panca Syahputra, & Hendra Ibrahim. (2023). Analisis Pengaruh Kebijakan Produk Dalam Hukum Perdagangan Internasional Terhadap Implementasi Skala Bisnis Internasional. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v2i1.937>
- Prajanti, S. D. W., Margunani, M., Rahma, Y. A., Kristanti, N. R., & Adzim, F. (2021). KAJIAN STRATEGIS PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF YANG INKLUSIF DAN BERKELANJUTAN DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Riptek*. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v15i2.124>
- Putra, S., Tuerah, P., Mesra, R., Sukwika, T., Sarman, F., Nir, nuzulul arifin, Nuruzzaman, M., Susmita, N., Nilawati, Sari, mike nurmalia, Ladjin, N., Mulyapradana, A., Sinaga, enny keristiana, & Akbar, jakub saddam. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF: teori dan panduan

- praktis analisis data kuantitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Rasdy, M., & Runtu, G. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*.
- Setyanto, R. P., Cipta Raharja, M., Fauzi, P., & Lestari, U. (2022). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara. *Midyear International Conference*.
- Setyorini, D. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Beli Pelanggan pada Platform E-commerce di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*. <https://doi.org/10.54082/jupin.266>
- Sugiyono, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta*.
- Umasugi, L. (2012). Pendekatan dinamis dalam pengembangan UKM di Kota Ternate. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.5.1.15-23>