



**TRANSFORMASI EKONOMI KREATIF: KONTRIBUSI FEBI MART DALAM  
MENUMBUHKAN JIWA *ENTREPRENEUR*  
MAHASISWA IAIN KEDIRI**

**Naning Fatmawatie**

Dosen Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Andriani**

Dosen Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Widya Ratna Sari**

Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Dewi Fatmala Putri**

Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Faricha Lita Nabbila**

Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Mumtaza Alfahdy**

Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

**Ikhsan Andi Syahputra**

Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri

Alamat: Jl. Sunan Ampel No.7 64127 Kediri Jawa Timur

Korespondensi penulis: [naningfat@iainkediri.ac.id](mailto:naningfat@iainkediri.ac.id)

**Abstrac.** *FEBI MART functions as a strategic platform designed to encourage students to be active in entrepreneurial activities, as well as being a catalyst for creative economic growth in the campus environment. The focus of this research is how to transform the creative economy: Febi Mart's contribution to fostering the entrepreneurial spirit of IAIN Kediri students. This research was conducted using the focus group discussion (FGD) method and a focused open-ended interview type. The research findings show that FEBI MART contributes significantly to fostering an entrepreneurial spirit among FEBI IAIN Kediri students, through providing a platform for product marketing, assistance with halal certification, and participation in business competitions. This is the right step in supporting the transformation of students' creative economy. However, in reality, there are several challenges that need to be overcome, such as low product creativity and innovation, poor packaging quality, and the use of unofficial halal logos. Increased product oversight, packaging quality training, and encouragement to obtain official halal certification will be critical to ensuring the sustainability and success of this program.*

**Keywords:** *Creative Economy and Entrepreneur*

**Abstrak.** *FEBI MART berfungsi sebagai platform strategis yang dirancang untuk mendorong mahasiswa agar aktif dalam kegiatan wirausaha, sekaligus menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkungan kampus. Fokus penelitian ini adalah bagaimana transformasi ekonomi kreatif: kontribusi Febi Mart dalam menumbuhkan jiwa entrepreneur mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode focus group discussion (FGD) dan tipe interview open-ended yang terfokus. Temuan penelitian bahwa FEBI MART berkontribusi signifikan dalam menumbuhkan jiwa entrepreneur di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kediri, melalui penyediaan wadah untuk pemasaran produk, pendampingan sertifikasi halal, dan partisipasi dalam kompetisi bisnis. Hal ini merupakan langkah yang tepat dalam mendukung transformasi ekonomi kreatif mahasiswa. Namun, realitanya terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti masih rendahnya kreativitas dan inovasi produk, kualitas kemasan yang kurang, serta penggunaan logo halal yang tidak resmi. Peningkatan pengawasan produk, pelatihan kualitas kemasan, dan dorongan untuk mendapatkan sertifikasi halal resmi akan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan program ini*

## TRANSFORMASI EKONOMI KREATIF: KONTRIBUSI FEBI MART DALAM MENUMBUHKAN JIWA *ENTREPRENEUR* MAHASISWA IAIN KEDIRI

*Kata Kunci: Ekonomi Kreatif dan Entrepreneur*

### PENDAHULUAN

Struktur perekonomian mengalami transformasi yang pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang berbasis Sumber Daya Alam (SDA) menjadi berbasis SDM (manusia kreatif) (Purnamasari, 2020). Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan bekal pengetahuan sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan perekonomiannya (Fadillah & Indriyanti, 2023). Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Indonesia menduduki peringkat ketiga dunia yang PDB-nya disumbangkan oleh sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis pada kreativitas (Ausat, Al Bana, & Silvy Sondari Gadzali, 2023).

Ekonomi kreatif mencakup berbagai kegiatan yang memanfaatkan aset kreatif seperti ide, pengetahuan, bakat dan teknologi untuk menghasilkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pendekatan ekonomi kreatif, diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menjawab tantangan pembangunan berkelanjutan (Rosyadi, Haryanto, Sabhita Kusuma, & Fitrah, 2020). Domenech dan Koster dan Rosmadi berpendapat bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan dan berkontribusi terhadap pemerataan kesejahteraan masyarakat (Romdonny & Maulany, 2020). Data Kementerian Perindustrian tahun 2023 mencatat bahwa sektor ekonomi kreatif berkontribusi sekitar 7,8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, menunjukkan peran penting sektor ini dalam perekonomian negara (Wisnubroto, 2023). Brasil, sektor ekonomi kreatif berkontribusi terhadap PDB mencapai 2,6%, terdiri dari jaringan organisasi ekonomi kreatif yang didominasi oleh pengusaha kecil, usaha kecil, serta sebagian besar wiraswasta tanpa perusahaan terdaftar (Petry, Uchôa, Mendonça, Magalhães, & Benchimol, 2020).

Kreativitas merupakan suatu potensi yang dimiliki oleh setiap individu, hal ini dikarenakan setiap individu mempunyai daya imajinasi, keinginan dan tindakan untuk mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lain. Kreativitas merupakan sesuatu yang dapat dikembangkan, namun perkembangan tersebut tidak bisa terjadi begitu saja, kecuali melalui proses pembelajaran. Pelatihan merupakan salah satu metode yang memungkinkan proses pembelajaran sebagai bekal untuk meningkatkan kreativitas (Purnamasari, 2020). Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif. Peran perguruan tinggi dalam pengembangan ekonomi kreatif dapat difokuskan pada dua hal utama yaitu mencetak generasi kreatif dan inovatif melalui pendidikan serta mengadakan riset inovatif yang potensial untuk dihilirisasi (Prajanti, Margunani, Rahma, Kristanti, & Adzim, 2021).

Melalui berbagai program dan kegiatan, perguruan tinggi dapat membentuk dan mengembangkan jiwa *entrepreneur* di kalangan mahasiswa. Salah satu inisiatif yang menonjol dalam konteks ini adalah FEBI MART, sebuah program yang diinisiasi oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kediri. FEBI MART merupakan platform yang dirancang untuk memberikan mahasiswa kesempatan nyata dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan bisnis yang telah mereka pelajari. Dengan berpartisipasi dalam FEBI MART, mahasiswa tidak hanya belajar tentang teori-teori ekonomi dan bisnis, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola usaha, berinovasi, dan menghadapi tantangan di dunia bisnis nyata.

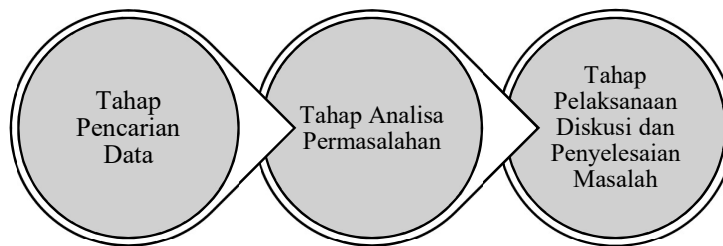
Kontribusi FEBI MART dalam mengembangkan ekonomi kreatif merupakan bagian integral dari upaya penguatan ekonomi lokal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). FEBI MART berfungsi sebagai platform strategis yang dirancang untuk mendorong mahasiswa agar aktif dalam kegiatan wirausaha, sekaligus menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkungan kampus. Kontribusi nyata FEBI MART dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* di kalangan mahasiswa IAIN Kediri seperti menyediakan wadah bagi mahasiswa untuk memasarkan produknya, sehingga mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan bisnis yang telah diperoleh di dalam kelas ke dalam praktik nyata. Selanjutnya, FEBI MART mendampingi produk-produk mahasiswa dalam memperoleh sertifikasi halal melalui program Sehat, yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Pendampingan ini melibatkan proses verifikasi dan sertifikasi yang ketat, memberikan mahasiswa pemahaman mendalam tentang standar kualitas dan keamanan produk.

FEBI MART juga berperan sebagai jembatan bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam berbagai ajang business plan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Partisipasi dalam kompetisi ini tidak hanya mengasah keterampilan bisnis dan presentasi mahasiswa, tetapi juga memperluas jaringan profesional mereka dan meningkatkan profil mereka di kalangan komunitas bisnis yang lebih luas. Namun, fakta empirik lainnya menunjukkan bahwa mayoritas produk-produk kreatif di FEBI MART yang dihasilkan oleh Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN masih memiliki beberapa masalah yang meliputi rendahnya aspek kreatifitas dan inovasi yang dimiliki karena kurangnya pendampingan kreatifitas yang *sustainable*. Beberapa produk yang dihasilkan menampilkan logo halal tanpa nomor sertifikasi halal, kemasan produk yang masih kurang berkualitas, serta produksi produk basah yang belum konsisten karena mahasiswa tidak memiliki jadwal kuliah pada beberapa hari tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana transformasi ekonomi kreatif: kontribusi FEBI MART dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* mahasiswa IAIN Kediri.

# TRANSFORMASI EKONOMI KREATIF: KONTRIBUSI FEBI MART DALAM MENUMBUHKAN JIWA *ENTREPRENEUR* MAHASISWA IAIN KEDIRI

## METODE PENELITIAN

Sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah beberapa mahasiswa dan pengurus FEBI MART IAIN Kediri. Penelitian ini dilakukan mulai 14 Mei 2024 sampai 31 Mei 2024. FGD (*Focus Group Discussion*) menjadi ruang diskusi dalam memperoleh berbagai informasi baik penyampaian masalah yang ada maupun penyelesaiannya (Pandiangan, 2022). Alur kegiatan pengabdian secara keseluruhan adalah sebagai berikut:



Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah *tipe interview open-ended* yang terfokus, serta didukung oleh pencarian literatur dari artikel, buku, jurnal, dan sumber ilmiah lain yang relevan dengan topik penelitian.(Widya Ratna Sari & Sulistyowati, 2024) Analisis data yang digunakan mencakup reduksi data, display data, dan konklusi data atau penarikan kesimpulan penelitian.(Pratam, Panindias, & Suwondo, 2023)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Ekonomi Kreatif dalam FEBI MART

Ekonomi Kreatif mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan bekal pengetahuan sebagai faktor produksi utama. Melalui pemanfaatan aset kreatif seperti ide, pengetahuan, bakat, dan teknologi, ekonomi kreatif diharapkan dapat menjawab tantangan pembangunan berkelanjutan. FEBI MART merupakan bagian dari aktualisasi para civitas akademika dalam mendukung ekonomi kreatif sekaligus sebagai wadah mahasiswa untuk meningkatkan potensi dalam berwirausaha. FEBI MART merupakan fasilitas yang disediakan bagi civitas akademika, terutama mahasiswa, untuk mengasah jiwa kewirausahaan. Ekonomi kreatif sendiri adalah sebuah konsep ekonomi yang mengandalkan kreativitas sumber daya manusia (SDM) dalam faktor

produksinya. Istilah ini digunakan untuk membahas penyelesaian masalah terkait nilai ekonomi dan lapangan pekerjaan melalui pengembangan ide-ide.



FEBI MART telah berhasil menjadi katalisator dalam transformasi ekonomi kreatif di lingkungan kampus. Dengan memberikan wadah untuk pemasaran produk, pendampingan sertifikasi halal, dan partisipasi dalam kompetisi bisnis, FEBI MART mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Inisiatif ini tidak hanya membantu mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan bisnis tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif nasional. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri telah mendirikan sebuah swalayan yang diberi nama FEBI MART, yang resmi dibuka pada tanggal 20 September 2022. FEBI MART merupakan salah satu inisiatif dari Kepala Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang bertujuan untuk memberikan tempat bagi mahasiswa dalam belajar mengelola bisnis secara langsung.

Menurut Sri Hariyanti, dosen prodi Manajemen Bisnis Syariah sekaligus penanggung jawab FEBI MART, tujuan awal pendirian swalayan ini adalah untuk mengakomodir jiwa-jiwa wirausaha mahasiswa dengan memberikan mereka kesempatan untuk menjual atau menitipkan produk mereka secara langsung di FEBI MART. Hal ini diharapkan dapat memberikan pengalaman praktis dalam berbisnis kepada para mahasiswa. FEBI MART terletak di belakang Perpustakaan IAIN Kediri, tepatnya di sebelah barat pintu masuk gedung fakultas FEBI. Swalayan ini menawarkan berbagai jenis makanan, mulai dari makanan ringan seperti jajanan kering, dimsum, siomay, hingga makanan berat seperti nasi ayam geprek, nasi ayam lalapan, dan rice bowl. Selain makanan, FEBI MART juga menyediakan berbagai aksesoris, alat tulis, dan totebag.

## TRANSFORMASI EKONOMI KREATIF: KONTRIBUSI FEBI MART DALAM MENUMBUHKAN JIWA *ENTREPRENEUR* MAHASISWA IAIN KEDIRI

Saat ini, FEBI MART memiliki sekitar 50 penjual yang sebagian besar adalah mahasiswa, dengan setiap penjual dapat menitipkan hingga tiga produk. Selain mahasiswa, beberapa dosen juga ikut menitipkan produknya di FEBI MART. Swalayan ini dibuka untuk umum, tetapi penitipan produk hanya dikhususkan untuk warga FEBI. Jam operasional FEBI MART adalah dari Senin hingga Sabtu. Pada hari Senin hingga Jumat, FEBI MART buka dari pukul 07.30 hingga 16.30 WIB, sementara pada hari Sabtu hanya buka setengah hari hingga pukul 12.00 WIB. Saat ini, FEBI MART dikelola oleh dua orang karyawan yang juga merupakan mahasiswa FEBI. Ananda Faridhatul, salah satu karyawan, menyebutkan bahwa FEBI MART juga menawarkan layanan *Delivery Order (DO)* dengan pembelian minimal Rp15.000, serta program Jumat Berkah setiap dua minggu sekali.

FEBI MART sangat memudahkan mahasiswa FEBI dalam memenuhi kebutuhan makanan mereka, seperti yang disampaikan oleh Ekalaka Febian, mahasiswa prodi Perbankan Syariah. Menurutnya, FEBI MART sangat membantu terutama saat mahasiswa belum sempat sarapan sebelum kuliah pagi. Hal senada juga diungkapkan oleh Khamidatunniswah, mahasiswa prodi Perbankan Syariah lainnya, yang merasa terbantu karena tidak perlu jauh-jauh mencari makanan. Namun, ia juga menyoroti lokasi FEBI MART yang kurang strategis dan berharap agar swalayan ini dapat diperluas dan penataan produk lebih baik di masa mendatang.

Syarat diperbolehkannya berjualan di FEBI MART diantaranya:

1. Mahasiswa aktif FEBI
2. Produk yang dititipkan tidak boleh sama
3. Maksimal harga 10k
4. Follow ig dari FEBI MART

### **Pentingnya Kreativitas dan Peran Pendidikan Tinggi**

Kreativitas adalah potensi yang dimiliki oleh setiap individu, namun perlu dikembangkan melalui proses pembelajaran, seperti pelatihan. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif, yakni melalui penciptaan generasi kreatif dan inovatif serta riset inovatif yang berpotensi dihilirisasi. Inisiatif seperti FEBI MART oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kediri merupakan contoh nyata bagaimana institusi pendidikan dapat berkontribusi.

## **FEBI MART: Platform Pengembangan *Entrepreneur***

FEBI MART adalah platform yang memberikan mahasiswa kesempatan nyata dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan bisnis. Melalui partisipasi dalam FEBI MART, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola usaha, berinovasi, dan menghadapi tantangan dunia bisnis. FEBI MART juga berperan dalam mendampingi produk mahasiswa dalam memperoleh sertifikasi halal, memperluas peluang pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

### **1. Peningkatan Keterampilan Mahasiswa**

FEBI MART telah menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan bisnis mereka. Mahasiswa belajar berbagai aspek bisnis seperti produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan melalui pengalaman langsung. Hal ini memberikan wawasan praktis yang tidak hanya berguna dalam konteks akademis tetapi juga dalam dunia kerja nyata.

### **2. Motivasi dan Pengalaman Berwirausaha**

Melalui FEBI Mart, mahasiswa mendapatkan motivasi dan pengalaman langsung dalam berwirausaha. Mereka merasakan proses dari ide bisnis hingga produk mereka tersedia di pasaran. Pengalaman ini sangat berharga dalam membentuk mentalitas *entrepreneur* yang kuat, yang akan berguna ketika mereka memasuki dunia kerja setelah lulus.

## **Tantangan dan Masalah**

Meskipun FEBI MART telah berkontribusi signifikan, beberapa masalah masih dihadapi, seperti rendahnya aspek kreativitas dan inovasi, kurangnya pendampingan yang berkelanjutan, masalah kemasan produk, dan inkonsistensi produksi. Masalah-masalah ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam program pendampingan dan pelatihan yang lebih berkelanjutan.

### **1. Keterlibatan Pihak Luar dalam Produksi**

Salah satu syarat agar produk dapat dijual di FEBI MART adalah produk harus berasal dari mahasiswa aktif, dosen, atau staf FEBI. Namun, ditemukan bahwa beberapa produk yang dijual di FEBI MART dibuat oleh keluarga, tetangga, alumni, atau warga sekitar, tetapi menggunakan nama mahasiswa tersebut. Hal ini terjadi karena aturan yang ada membatasi pihak luar untuk menjual produk mereka di FEBI

Mart. Keterlibatan pihak luar ini mengurangi esensi dari program pengembangan *entrepreneur*, karena produk tersebut bukanlah hasil dari upaya mahasiswa sendiri.

## 2. Kualitas Kemasan Produk yang Rendah

Kualitas kemasan produk yang dijual di FEBI MART sering kali kurang menarik dan profesional. Kemasan yang tidak bagus dapat mengurangi daya tarik produk di mata konsumen. Hal ini penting karena kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Produk dengan kemasan yang kurang baik dapat menurunkan citra FEBI MART sebagai tempat penjualan produk kreatif berkualitas. Berikut contoh kemasan produk yang masih jauh dari standar penerapan kemasan produk:



Proses *packaging* sebuah produk memiliki standar yang membuat produk tersebut memiliki *value* yang memikat hati konsumen. Ada banyak hal yang mesti diperhatikan FEBI MART dalam menerima produk yang masuk dalam hal ini keterangan nama produk, harus dicantumkan pada gambar diatas masih banyak beberapa produk yang tidak memiliki label pada kemasan produk sehingga konsumen tidak dapat mengidentifikasi jenis produk tersebut mulai dari informasi produk, bahan, serta izin produk tidak dicantumkan.

## 3. Penggunaan Logo Halal yang Tidak Resmi

Ditemukan penggunaan logo halal pada beberapa produk tanpa nomor registrasi yang jelas, mengindikasikan bahwa logo tersebut tidak resmi. Ini bisa menimbulkan masalah kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk. Penggunaan logo halal yang tidak resmi dapat merusak reputasi FEBI MART dan menimbulkan masalah hukum. Konsumen saat ini semakin sadar akan pentingnya kehalalan produk, dan penggunaan logo halal yang tidak resmi dapat merusak kepercayaan mereka. Pada beberapa produk di FEBI MART hanya menyantumkan logo halal tanpa nomor sertifikasi halal seperti yang ada pada gambar dibawah ini:





## Kontribusi FEBI MART

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi FEBI MART dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* di kalangan mahasiswa IAIN Kediri. Fokus utama adalah memahami bagaimana transformasi ekonomi kreatif melalui inisiatif FEBI MART dapat mendorong semangat kewirausahaan. Dengan menyediakan wadah untuk pemasaran produk, pendampingan sertifikasi halal, dan partisipasi dalam kompetisi bisnis, FEBI MART telah menjadi katalisator penting bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkungan kampus. FEBI MART memiliki potensi besar untuk menjadi inkubator bisnis yang efektif bagi mahasiswa IAIN Kediri. Namun, problematika yang ada harus segera diatasi untuk memastikan program ini dapat berjalan sesuai dengan tujuannya. Langkah-langkah yang harus diambil meliputi:

### 1. Pengawasan dan Validasi Produk

Perlu adanya pengawasan yang lebih ketat terhadap produk yang dijual di FEBI Mart. Setiap produk harus divalidasi untuk memastikan bahwa mereka benar-benar dibuat oleh mahasiswa, dosen, atau staf FEBI. Hal ini dapat dilakukan dengan pemeriksaan dokumen atau melalui kunjungan lapangan.

### 2. Pelatihan Kualitas Kemasan

FEBI MART bisa mengadakan pelatihan tentang desain dan kemasan produk bagi mahasiswa. Pelatihan ini bisa melibatkan profesional dalam bidang desain kemasan untuk memberikan wawasan tentang pentingnya kemasan yang baik dan bagaimana membuatnya. Peningkatan kualitas kemasan akan meningkatkan daya tarik produk dan mendukung pemasaran yang lebih efektif.

### **3. Sertifikasi Halal Resmi**

FEBI MART harus mendorong mahasiswa untuk mendapatkan sertifikasi halal resmi untuk produk mereka. Ini bisa dilakukan dengan bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal. Sertifikasi resmi akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual di FEBI MART dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang ada.

### **KESIMPULAN**

FEBI MART berkontribusi signifikan dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* di kalangan mahasiswa IAIN Kediri, melalui penyediaan wadah untuk pemasaran produk, pendampingan sertifikasi halal, dan partisipasi dalam kompetisi bisnis. Hal ini merupakan langkah yang tepat dalam mendukung transformasi ekonomi kreatif mahasiswa. Namun, realitanya terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti masih rendahnya kreativitas dan inovasi produk, kualitas kemasan yang kurang, serta penggunaan logo halal yang tidak resmi. Masalah-masalah ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan. Peningkatan pengawasan produk, pelatihan kualitas kemasan, dan dorongan untuk mendapatkan sertifikasi halal resmi akan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan program ini. Kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yang positif dengan pemahaman Mahasiswa tentang kreatifitas dalam pengemasan produk yang menarik serta penguatan pengelola FEBI Mart dalam validasi produk yang dipasarkan oleh mahasiswa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ausat, A. M. A., Al Bana, T., & Silvy Sondari Gadzali. (2023). Basic Capital of Creative Economy: The Role of Intellectual, Social, Cultural, and Institutional Capital. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 1(2), 42–54. <https://doi.org/10.58905/apollo.v1i2.21>
- Fadillah, R. A., & Indriyanti, R. (2023). Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bekasi. *Bekasi Development Innovation Journal*, 1(2), 74–84. Retrieved from <https://bdijournal.bekasikab.go.id/index.php/bdi/article/view/96>
- Pandiangan, P. (2022). The Validity and Practicality of The PEPSA Teaching Model to Improve Critical Thinking Skills through Online Tutorials in Open and Distance Education. *International Journal on Research in STEM Education*, 4(1), 39–54. <https://doi.org/10.31098/ijrse.v4i1.930>
- Petry, J. F., Uchôa, A. G. F., Mendonça, M. B. de, Magalhães, K. de L., & Benchimol, R. M. B. (2020). The Creative Economy: An Ethnographic Framework For Handcrafts In The Alto Solimões Region Of The Brazilian Amazon. *International Journal of Social Economics*, 47(12), 1651–1667. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2020-0262>

- 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*, 15(2), 86–101. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v15i2.124>
- Pratam, B., Panindias, B., & Suwondo. (2023). The Pop Craftsmanship Style Wayang Pacitan Beber Is an Elective Mechanism for Cooperatively Conserving Traditional Expressions. *International Journal of Medical Science and ...*, 9(2), 8–16. Retrieved from <http://www.ijmsdh.org/index.php/ijmsdh/article/view/7%0Ahttps://www.ijmsdh.org/index.php/ijmsdh/article/download/7/7>
- Purnamasari, F. (2020). Competitive Advantage Towards Creative Economy in Islam. *Journal of Islamic Business and Economic Review*, 3(1), 1–13.
- Romdonny, J., & Maulany, S. (2020). Contribution of Social Media in Increasing Marketing of Creative Economy Product. *1st International Conference on Accounting, Management and Entrepreneurship*, 123(Icamer 2019), 87–90.
- Rosyadi, S., Haryanto, A., Sabhita Kusuma, A., & Fitrah, E. (2020). The Role of Creative Economy in Promoting Sustainable Rural Development. *Proceedings of the Third International Conference on Social Transformation, Community and Sustainable Development*, 389, 111–115. <https://doi.org/10.2991/icstcsd-19.2020.23>
- Widya Ratna Sari, & Sulistyowati. (2024). Sustainable Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Mewujudkan Green Economy. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 820–833.
- Wisnubroto, K. (2023). Indonesia.go.id - Industri Kreatif Terus Moncer. Retrieved June 3, 2024, from INdonesia.Go.ID: Portal Informasi Indonesia website: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7859/industri-kreatif-terus-moncer?lang=1>