DINAMIKA
JURNAL DINAMIKA ADMINISTRASI BISNIS

Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis
Volume 12. No. 1, Juni 2026
ISSN: 2722-1644
https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/

Pengembangan Produk Aksesori Handmade "Mirrora" Mirror Keychain Sebagai Peluang Usaha Kreatif di Kalangan Mahasiswa

Olivia Christantina[1], Arina Ike Putri[2], Jeffry Ananda[3]
Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
24042010016@student.upnjatim.ac.id [1], 24042010132@student.upnjatim.ac.id [2], 24042010222@student.upnjatim.ac.id [3]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan produk handmade Mirror Keychain sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Design Thinking yang meliputi tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menyukai produk yang praktis, multifungsi, memiliki desain menarik, dan harga yang terjangkau. Produk Mirror Keychain yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan tersebut melalui kombinasi fungsi gantungan kunci dan cermin mini dalam satu produk. Hasil pengujian menunjukkan adanya respons positif dari calon konsumen terhadap desain, fungsi, dan kemudahan penggunaan produk. Dengan modal yang relatif rendah dan peluang pasar yang cukup baik, Mirror Keychain berpotensi menjadi alternatif usaha kreatif bagi mahasiswa.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, kewirausahaan mahasiswa, inovasi produk, handmade, mirror keychain

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of handmade Mirror Keychains as a creative business opportunity among university students. The research employed a descriptive qualitative approach using the Design Thinking method, which consists of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, interviews, and literature studies. The results indicate that students prefer products that are practical, multifunctional, visually appealing, and affordable. The developed Mirror Keychain meets these needs by combining the functions of a keychain and a mini mirror in a single product. Product testing showed positive responses regarding its design, functionality, and ease of use. With relatively low production costs and promising market potential, the Mirror Keychain can serve as an alternative creative business opportunity for students.

Keywords: creative economy, student entrepreneurship, product innovation, handmade, mirror keychain

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dan menjadi salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik (BPS), nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2024 mencapai Rp1.611,2 triliun atau berkontribusi sebesar 7,28% terhadap PDB nasional. Nilai tersebut meningkat 9,15% dibandingkan tahun sebelumnya dan menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang. Selain itu, pertumbuhan ekonomi kreatif pada tahun 2024 mencapai 6,57%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,03%. Selain memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional, sektor ekonomi kreatif juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Data BPS menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif mampu menyerap sekitar 27,4 juta tenaga kerja sehingga menjadi salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat.

Di tengah perkembangan tersebut, mahasiswa memiliki peluang besar untuk menjadi bagian dari pelaku ekonomi kreatif. Mahasiswa merupakan kelompok yang identik dengan kreativitas, inovasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Namun, masih banyak mahasiswa yang menghadapi kendala dalam memulai usaha, seperti keterbatasan modal, pengalaman bisnis, dan kurangnya pemahaman mengenai peluang usaha yang sesuai dengan kondisi mereka. Menurut para ahli, kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemanfaatan peluang yang ada. Oleh karena itu, diperlukan alternatif usaha yang mudah dijalankan, membutuhkan modal relatif rendah, dan memiliki potensi pasar yang menjanjikan.

Salah satu peluang usaha yang dapat dikembangkan adalah produk *handmade mirror keychain*. Produk ini merupakan aksesori gantungan kunci yang dilengkapi cermin dengan desain yang dibuat secara manual dan dapat dipersonalisasi sesuai kebutuhan konsumen. Tren konsumen saat ini menunjukkan bahwa produk handmade semakin diminati karena menawarkan keunikan, nilai estetika, dan kesan eksklusif yang tidak ditemukan pada produk massal. Konsumen modern cenderung memilih produk yang mampu memberikan nilai unik dan pengalaman personal dalam penggunaannya.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran mengenai potensi pengembangan produk *handmade mirror keychain* sebagai

peluang usaha kreatif yang dapat dijalankan mahasiswa. Selain berpotensi menghasilkan keuntungan ekonomi, usaha ini juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas, keterampilan bisnis, dan jiwa kewirausahaan (Farmanda et al., 2024). Inovasi merupakan faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam suatu usaha.

Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada kewirausahaan mahasiswa, pengembangan UMKM kreatif, atau strategi pemasaran digital secara umum. Suryana menjelaskan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan faktor penting dalam keberhasilan usaha. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji pengembangan produk *handmade mirror keychain* sebagai peluang usaha kreatif mahasiswa, terutama dalam aspek inovasi produk, personalisasi desain, dan strategi pemasaran digital. Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait kajian yang secara spesifik membahas pengembangan produk *handmade mirror keychain* sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menggabungkan aspek kreativitas produk handmade, personalisasi produk sesuai kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan media digital sebagai strategi pengembangan usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif serta memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha kreatif berbasis produk handmade. Selain itu, perkembangan media sosial memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memasarkan produk kreatif dengan biaya yang relatif rendah. Penelitian Herdianty, Purwana, dan Suherdi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan pemasaran yang efektif bagi usaha kreatif mahasiswa.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan merupakan suatu proses menciptakan dan mengembangkan usaha melalui pemanfaatan peluang yang tersedia dengan mengombinasikan kreativitas, inovasi, serta kemampuan mengambil risiko. Kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga pada

penciptaan nilai tambah yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Menurut Drucker (1985), kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sehingga menghasilkan nilai ekonomi. Sementara itu, Suryana menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, serta proses untuk menemukan peluang menuju keberhasilan usaha.

Perkembangan kewirausahaan saat ini tidak dapat dipisahkan dari konsep ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan ide sebagai faktor utama dalam menghasilkan nilai tambah. Menurut (Opus, 2017), ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan. Dalam ekonomi kreatif, kreativitas individu menjadi aset utama yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang memiliki keunikan dan daya saing di pasar. Hubungan antara kewirausahaan dan ekonomi kreatif terletak pada kemampuan pelaku usaha dalam mengubah ide kreatif menjadi peluang bisnis yang bernilai ekonomi. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha kreatif karena didukung oleh kemampuan berinovasi, akses terhadap teknologi digital, dan fleksibilitas dalam mengikuti tren pasar. Salah satu bentuk usaha kreatif yang dapat dikembangkan adalah produk *handmade mirror keychain*, yaitu aksesori yang menggabungkan fungsi gantungan kunci dan cermin dalam satu produk yang memiliki nilai estetika serta nilai guna.

Dalam mewujudkan usaha kreatif yang berkelanjutan, inovasi menjadi faktor yang sangat penting. Schumpeter (1934) menyatakan bahwa inovasi merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan keunggulan kompetitif suatu usaha. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan desain, peningkatan kualitas produk, penggunaan bahan yang lebih menarik, maupun penambahan fitur yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. Produk yang inovatif akan lebih mudah menarik perhatian konsumen dan memiliki peluang yang

lebih besar untuk bersaing di pasar. Pada produk *handmade mirror keychain*, inovasi dapat diwujudkan melalui personalisasi desain sesuai permintaan pelanggan, penggunaan karakter atau ilustrasi yang sedang tren, pemilihan warna yang menarik, serta pengembangan kemasan yang lebih estetik. Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen modern cenderung memilih produk yang mampu memberikan pengalaman personal dan memiliki keunikan dibandingkan produk yang diproduksi secara massal. Karakteristik tersebut menjadikan produk *handmade mirror keychain* memiliki nilai tambah yang dapat meningkatkan minat konsumen sekaligus menciptakan diferensiasi di tengah persaingan pasar. Dengan memadukan kreativitas, fungsi, dan estetika dalam satu produk, *handmade mirror keychain* berpotensi menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing serta peluang usaha yang menjanjikan bagi mahasiswa.

Keterkaitan antara kewirausahaan, ekonomi kreatif, dan inovasi menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan melihat peluang, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan produk yang memiliki nilai tambah dan keunikan. Produk *handmade mirror keychain* memiliki karakteristik yang sesuai dengan konsep tersebut karena mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan inovasi dalam proses pengembangannya. Untuk memperkuat landasan penelitian, diperlukan kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kewirausahaan, ekonomi kreatif, inovasi produk, dan pengembangan usaha kreatif.

Penelitian mengenai kewirausahaan, ekonomi kreatif, inovasi produk, dan pemasaran digital telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu usaha, terutama pada sektor ekonomi kreatif yang mengandalkan ide dan keterampilan sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah.

Penelitian yang dilakukan oleh Herdianty, Purwana, dan Suherdi mengenai pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk memulai usaha. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei terhadap mahasiswa perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi, promosi produk, serta interaksi dengan konsumen melalui media sosial mampu meningkatkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendukung pengembangan usaha kreatif mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Rahmawati dan Nugroho mengkaji pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada produk handmade. Penelitian tersebut menemukan bahwa inovasi desain, variasi produk, dan personalisasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dibandingkan produk yang diproduksi secara massal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha kreatif. Selain itu, penelitian mengenai pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif di kalangan generasi muda menunjukkan bahwa kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor utama yang memengaruhi keberhasilan usaha kreatif. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa generasi muda memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif karena memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan suatu fenomena secara mendalam berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai proses pengembangan produk aksesori handmade Mirror Keychain sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa. Menurut Hall dan (Hall & Liebenberg, 2024), penelitian kualitatif deskriptif berfokus pada penyajian

deskripsi yang jelas dan rinci mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan pengalaman dan perspektif partisipan.

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian pengembangan produk (*product development research*) dengan menggunakan metode *Design Thinking*. *Design Thinking* merupakan pendekatan yang berpusat pada pengguna (*human centered approach*) yang digunakan untuk menghasilkan solusi inovatif melalui tahapan *empathize, define, ideate, prototype*, dan *test* (Bender-Salazar, 2023). Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengembangkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Penelitian dilakukan di lingkungan mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai target utama pengguna produk Mirror Keychain. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama proses perancangan, pembuatan, hingga pengujian produk. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap produk aksesori *handmade* dan kewirausahaan kreatif.

Data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui observasi dan wawancara semi-terstruktur kepada mahasiswa sebagai calon konsumen. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan, preferensi desain, fungsi produk, harga yang diharapkan, serta minat terhadap produk Mirror Keychain. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap tren penggunaan aksesori dan peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa.

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan dokumen yang membahas pengembangan produk, kewirausahaan kreatif, serta metode *Design Thinking*. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis dan mendukung proses pengembangan produk.Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, hasil analisis digunakan sebagai dasar dalam setiap tahapan *Design Thinking*, mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna,

pengembangan ide produk, pembuatan prototipe, hingga evaluasi produk berdasarkan umpan balik dari calon konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan produk Mirror Keychain yang memiliki nilai guna, daya tarik, dan potensi sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa.

4. HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk aksesori *handmade* berupa *Mirror Keychain* sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa. Pengembangan produk dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri atas tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test.*

1. Tahap *Empathize*

   Pada tahap ini dilakukan observasi dan wawancara kepada mahasiswa untuk mengetahui kebutuhan serta preferensi terhadap produk aksesori yang digunakan sehari-hari. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menyukai produk yang praktis, multifungsi, memiliki desain menarik, serta memiliki harga yang terjangkau. Selain itu, sebagian besar responden menyatakan bahwa aksesori yang memiliki nilai guna tambahan lebih diminati dibandingkan aksesori yang hanya berfungsi sebagai hiasan.

2. Tahap *Define*

   Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh permasalahan utama yaitu masih terbatasnya aksesori yang menggabungkan fungsi estetika dan fungsi praktis dalam satu produk. Mahasiswa membutuhkan aksesori yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, dikembangkan produk Mirror Keychain yang berfungsi sebagai gantungan kunci sekaligus cermin mini yang mudah dibawa ke mana saja.

3. Tahap *Ideate*

   Pada tahap ini dilakukan pengembangan berbagai ide desain produk. Beberapa alternatif desain dibuat dengan memanfaatkan kawat bulu (pipe cleaner) sebagai elemen dekoratif utama. Variasi bentuk yang dikembangkan antara lain bentuk bunga, hati, dan karakter lucu dengan kombinasi warna yang beragam. Selain memperhatikan aspek estetika, desain produk juga mempertimbangkan kemudahan penggunaan dan kenyamanan saat dibawa.

4. Tahap *Prototype*

Hasil dari tahap ideasi kemudian diwujudkan dalam bentuk prototipe Mirror Keychain. Produk dibuat menggunakan bahan utama berupa cermin mini, kawat bulu (pipe cleaner), ring gantungan kunci, dan perekat. Prototipe yang dihasilkan memiliki ukuran yang ringkas, ringan, serta mudah digunakan. Selain berfungsi sebagai gantungan kunci, produk juga dapat digunakan sebagai cermin portable untuk membantu pengguna merapikan penampilan saat beraktivitas.

5. Tahap *Test*

Prototipe yang telah dibuat kemudian diperkenalkan kepada mahasiswa untuk memperoleh umpan balik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap produk. Aspek yang paling disukai adalah desain yang unik, fungsi ganda sebagai gantungan kunci dan cermin, serta kemudahan untuk dibawa. Beberapa responden juga memberikan masukan agar produk dikembangkan dengan lebih banyak variasi warna dan bentuk sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

5. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk handmade Mirror Keychain memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan sebagai usaha kreatif di kalangan mahasiswa. Berdasarkan tahapan Design Thinking, pengembangan produk dilakukan dengan berfokus pada kebutuhan pengguna sehingga menghasilkan produk yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga nilai fungsional.

Pada tahap empathize, hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa lebih menyukai produk aksesori yang praktis, multifungsi, dan memiliki desain menarik. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap minat konsumen serta mendorong terbentuknya peluang usaha baru di kalangan mahasiswa (Wijaya & Charlos, 2024). Kehadiran fungsi ganda pada Mirror Keychain sebagai gantungan kunci dan cermin mini menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan minat konsumen.

Selanjutnya, pada tahap define, ditemukan bahwa masih terdapat keterbatasan produk aksesori yang mampu menggabungkan fungsi estetika

dan fungsi praktis dalam satu produk. Kondisi tersebut membuka peluang bagi mahasiswa untuk menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing usaha kreatif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Kreativitas yang dimiliki pelaku usaha dapat mendorong terciptanya produk yang unik dan bernilai sehingga meningkatkan peluang keberhasilan usaha kreatif (Wijaya & Charlos, 2024). Oleh karena itu, pengembangan Mirror Keychain menjadi bentuk inovasi sederhana yang mampu memberikan solusi terhadap kebutuhan konsumen.

Pada tahap ideate dan prototype, pengembangan produk dilakukan dengan memanfaatkan bahan yang mudah diperoleh dan memiliki biaya produksi yang relatif rendah. Penggunaan kawat bulu (pipe cleaner) sebagai elemen dekoratif memberikan nilai kreativitas sekaligus membedakan produk dari aksesori serupa yang tersedia di pasaran. Hasil ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki peran penting dalam menghasilkan produk yang unik dan bernilai jual sehingga dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha kreatif mahasiswa (Wijaya & Charlos, 2024). Selain itu, variasi bentuk dan warna yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen menunjukkan adanya unsur personalisasi yang menjadi salah satu tren dalam industri kreatif saat ini.

Hasil pengujian pada tahap test menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap produk yang dikembangkan. Desain yang unik, fungsi ganda, serta ukuran yang praktis menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa desain yang unik, fungsi yang bermanfaat, dan kreativitas produk menjadi faktor yang mendukung daya tarik konsumen terhadap produk handmade. Dengan demikian, Mirror Keychain memiliki peluang untuk diterima oleh pasar, khususnya di kalangan mahasiswa dan generasi muda.

Dari perspektif kewirausahaan, produk ini juga memiliki potensi sebagai usaha kreatif yang dapat dijalankan dengan modal relatif rendah. Mahasiswa dapat memanfaatkan keterampilan kreatif yang dimiliki untuk menghasilkan produk bernilai jual tanpa membutuhkan investasi yang besar. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan,

efikasi diri, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri (Andaresta et al., 2024). Selain itu, kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan sosial keluarga yang mampu meningkatkan keyakinan mahasiswa dalam mengembangkan usaha secara mandiri (Ekonomi & Akuntansi, 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena mampu mempermudah promosi dan interaksi dengan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk handmade Mirror Keychain tidak hanya berpotensi memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk meningkatkan kreativitas, keterampilan berwirausaha, serta kemampuan berinovasi. Produk ini memiliki peluang untuk berkembang sebagai bagian dari industri kreatif yang terus mengalami pertumbuhan di Indonesia.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengembangan produk aksesori handmade Mirror Keychain sebagai peluang usaha kreatif di kalangan mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa produk ini memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan sebagai usaha kreatif berbasis inovasi. Melalui penerapan metode Design Thinking, produk berhasil dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, yaitu memiliki desain menarik, fungsi praktis, serta harga yang terjangkau.

Produk Mirror Keychain menawarkan nilai tambah melalui fungsi ganda sebagai gantungan kunci dan cermin mini sehingga mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan aksesori biasa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respons positif terhadap desain, fungsi, dan kemudahan penggunaan produk. Selain itu, penggunaan bahan yang sederhana dan biaya produksi yang relatif rendah menjadikan produk ini layak dikembangkan sebagai peluang usaha bagi mahasiswa.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kreativitas, inovasi produk, dan pemanfaatan media digital merupakan faktor penting yang mendukung

keberhasilan usaha kreatif. Oleh karena itu, Mirror Keychain dapat menjadi salah satu alternatif usaha yang mampu meningkatkan jiwa kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendukung perkembangan ekonomi kreatif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Bagi pengembang produk, perlu dilakukan pengembangan desain yang lebih beragam dengan menyesuaikan tren dan preferensi konsumen agar daya tarik produk semakin meningkat.
2. Penambahan variasi warna, bentuk, karakter, dan kemasan produk dapat dilakukan untuk memperluas segmen pasar dan meningkatkan nilai jual produk.
3. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business perlu dioptimalkan sebagai sarana promosi dan pemasaran guna menjangkau konsumen yang lebih luas.
4. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai analisis kelayakan usaha, strategi pemasaran digital, serta tingkat kepuasan konsumen terhadap produk handmade Mirror Keychain.
5. Bagi mahasiswa yang tertarik berwirausaha, produk ini dapat dijadikan alternatif usaha kreatif karena memiliki modal yang relatif rendah, proses produksi yang sederhana, serta peluang pasar yang cukup menjanjikan.

REFERENSI

Andaresta, K., Pratiwi, N. M. I., & Nasution, U. C. M. (2024). *Pengetahuan Kewirausahaan , Efikasi Diri , Dan Lingkungan Sosial*. *10*(1), 114–124.

Bender-Salazar, R. (2023). Design thinking as an effective method for problem-setting and needfinding for entrepreneurial teams addressing wicked problems. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *12*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00291-2

Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). *Neraca Neraca*. *1192*, 304–317.

Farmanda, R. O., Mulyati, D. J., & Indayani, S. (2024). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subyektif, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha

Pada Mahasiswa Fisip Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, *9*(2), 62–66. https://doi.org/10.30996/jdab.v9i2. 10519

Hall, S., & Liebenberg, L. (2024). Qualitative Description as an Introductory Method to Qualitative Research for Master's-Level Students and Research Trainees. *International Journal of Qualitative Methods*, *23*, 1–5. https://doi.org/10.1177/160940692 41242264

Opus. (2017). Outlook Creative Economy. In *Jakarta: Creative Economy Agency*. http://www.bekraf.go.id/berita/pag e/17/opus-badan-ekonomi-kreatif-outlook-2017

Wijaya, A. Y., & Charlos, J. (2024). Entrepreneurial Business Intention Based On Self-Efficacy, Creativity, Digital Literacyid. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(2), 4768–4779. http://journal.yrpipku.com/index.p hp/msej