

Pembelajaran Peluang Bisnis di Bulan Ramadhan pada Mahasiswa di Surabaya

Learning Business Opportunities in the Month of Ramadan for Students in Surabaya

Hapsari Shinta Citra Puspita Dewi^{1*}, Nur Shanti Retno Pembayun², Dwi Cahyo Kartiko³

¹⁻³Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Penulis korespondensi: hapsaridewi@unesa.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 08 Oktober 2025;

Revisi: 06 November 2025;

Diterima: 03 Desember 2025;

Tersedia: 09 Desember 2025

Keywords: Community

Empowerment; Creative Youth

Enterprises; Cultural-Based

Innovation; Ramadan

Entrepreneurship; Student

Business Opportunities

Abstract. *This community engagement program focuses on strengthening students' entrepreneurial capacity by utilizing the economic momentum of the Ramadan season. As a month filled with religious traditions, cultural practices, and dynamic social activities, Ramadan creates significant shifts in consumer behavior, resulting in increased demand for iftar snacks, seasonal markets, and various short-term business opportunities. These conditions provide students with an accessible space to learn about opportunity recognition, basic business management, and practical marketing strategies tailored to the needs of the surrounding community. Through training sessions, surveys, field practice, and evaluations, students gain hands-on experience that enhances their creativity and innovation, allowing them to develop products and services relevant to the local market. Cultural values also play a central role, as local traditions help shape students' business ideas and strengthen their understanding of consumer preferences. The collaboration between students, UMKM partners, and community members facilitates knowledge transfer, expands entrepreneurial networks, and supports local economic empowerment. The overall results demonstrate that structured guidance, cultural integration, and active participation in Ramadan activities significantly contribute to students' entrepreneurial development. Therefore, Ramadan-based entrepreneurship learning can serve as an effective model for fostering young entrepreneurs who are adaptive, innovative, and capable of contributing to sustainable community development.*

Abstrak

Program keterlibatan masyarakat ini berfokus pada penguatan kapasitas kewirausahaan siswa dengan memanfaatkan momentum ekonomi musim Ramadhan. Sebagai bulan yang dipenuhi dengan tradisi keagamaan, praktik budaya, dan aktivitas sosial yang dinamis, Ramadhan menciptakan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, yang mengakibatkan peningkatan permintaan akan camilan berbuka puasa, pasar musiman, dan berbagai peluang bisnis jangka pendek. Kondisi ini memberikan siswa ruang yang mudah diakses untuk belajar tentang pengenalan peluang, manajemen bisnis dasar, dan strategi pemasaran praktis yang disesuaikan dengan kebutuhan komunitas sekitar. Melalui sesi pelatihan, survei, praktik lapangan, dan evaluasi, siswa memperoleh pengalaman praktis yang meningkatkan kreativitas dan inovasi mereka, memungkinkan mereka mengembangkan produk dan layanan yang relevan dengan pasar lokal. Nilai-nilai budaya juga memainkan peran sentral, karena tradisi lokal membantu membentuk ide bisnis siswa dan memperkuat pemahaman mereka tentang preferensi konsumen. Kolaborasi antara siswa, mitra UMKM, dan anggota komunitas memfasilitasi transfer pengetahuan, memperluas jaringan kewirausahaan, dan mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa bimbingan terstruktur, integrasi budaya, dan partisipasi aktif dalam kegiatan Ramadhan secara signifikan berkontribusi pada perkembangan kewirausahaan mahasiswa. Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan berbasis Ramadhan dapat menjadi model efektif untuk mengembangkan wirausahawan muda yang adaptif, inovatif, dan mampu berkontribusi pada pengembangan komunitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Inovasi Berbasis Budaya; Peluang Bisnis Mahasiswa; Pemberdayaan Komunitas; Usaha Kreatif Pemuda; Wirausaha Ramadhan

1. PENDAHULUAN

Bulan Ramadhan menjadi momentum penting bagi masyarakat muslim karena menghadirkan suasana religius dan budaya yang sangat kuat dalam kehidupan sosial, sehingga berbagai aktivitas seperti bersholawat, nyekar, dan membersihkan lingkungan serta masjid dilakukan untuk menyambut datangnya bulan suci ini. Tradisi tersebut telah melekat dalam masyarakat Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia dan selalu menyambut Ramadhan dengan penuh kegembiraan. Fenomena budaya ini menjadikan Ramadhan bukan hanya ruang ibadah, tetapi juga ruang interaksi sosial yang memunculkan beragam aktivitas masyarakat. Kondisi tersebut menciptakan dinamika baru yang membuka peluang ekonomi musiman bagi berbagai kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa.

Kegiatan Ngabuburit yang berasal dari bahasa Sunda dan berarti bersantai menunggu waktu sore (Yusuf dan Toet, 2012:24) menjadi salah satu tradisi yang paling populer menjelang waktu berbuka puasa. Aktivitas ini sering dimanfaatkan untuk berburu takjil yang awalnya bermakna menyegerakan berbuka, namun dalam perkembangannya bergeser menjadi sebutan untuk makanan yang disajikan saat berbuka. Perubahan makna tersebut menyebabkan peningkatan permintaan terhadap berbagai jenis makanan ringan yang identik dengan tradisi berbuka puasa. Situasi ini membuat kegiatan jual beli takjil menjadi sangat ramai setiap sore dan menciptakan peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha musiman.

Perubahan pola makan masyarakat selama Ramadhan turut mempengaruhi pola konsumsi, di mana kebiasaan makan tiga kali sehari berubah menjadi dua kali sehari yaitu saat sahur dan berbuka (Hadiyati, E., 2011). Pergeseran waktu makan ini menjadikan masyarakat lebih memilih hidangan yang variatif dan lebih istimewa saat berbuka, sehingga konsumsi di sore hari meningkat tajam. Kondisi tersebut kemudian berdampak pada meningkatnya penjualan makanan selama Ramadhan, yang dalam beberapa penelitian justru menjadi yang tertinggi sepanjang tahun. Perubahan pola konsumsi ini juga dijelaskan oleh Hasmira, M. H., & Fitriani, E. (2019) yang menyatakan bahwa pola istirahat dan waktu luang masyarakat turut memengaruhi perilaku belanja makanan selama bulan puasa.

Fenomena ekonomi lain yang selalu muncul saat Ramadhan adalah hadirnya pasar kaget atau pasar dadakan yang muncul di berbagai titik keramaian dan hanya beroperasi menjelang waktu berbuka. Pasar kaget menurut KBBI merupakan pasar yang muncul sesaat ketika ada keramaian, dan bentuk pasar non-permanen ini seakan menjadi tradisi khas pada bulan puasa. Lokasinya sangat beragam, mulai dari pinggir jalan raya, halaman masjid, kawasan perkantoran, hingga gang perumahan, sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Penelitian Basia, L.-. (2016) menunjukkan bahwa pasar kaget memiliki daya tarik tersendiri karena harga

produknya relatif terjangkau dan menyediakan banyak pilihan makanan.

Di lingkungan kampus, situasi Ramadhan memberikan pengaruh signifikan terutama di kawasan dengan jumlah mahasiswa yang besar seperti Kampus Unesa Lidah yang menjadi titik aktivitas ribuan mahasiswa setiap hari. Kehadiran mahasiswa yang tetap beraktivitas selama Ramadhan menciptakan potensi pasar yang cukup besar untuk berbagai jenis usaha musiman. Karakteristik mahasiswa yang membutuhkan makanan cepat saji dan terjangkau menjadikan lingkungan kampus sebagai ruang strategis bagi pelaku usaha kecil. Hal ini juga sesuai dengan pandangan El Hasanah, L. L. N. (2018) yang menyebutkan bahwa lingkungan kampus memiliki dinamika konsumsi yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi kreatif.

Mahasiswa yang tinggal di sekitar kampus sebenarnya memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usaha kecil selama Ramadhan, salah satunya melalui penjualan takjil yang selalu mengalami peningkatan permintaan setiap sore. Jenis takjil yang variatif seperti gorengan, kue basah, minuman manis, dan jajanan tradisional sangat diminati masyarakat sehingga menjadi peluang usaha yang mudah dijalankan oleh mahasiswa (Hadiyati, E., 2011). Aktivitas berjualan takjil dapat membantu mahasiswa belajar mandiri tanpa sepenuhnya bergantung pada kiriman orang tua. Selain itu, kegiatan ini memberikan pengalaman langsung dalam membaca kebutuhan pasar dan mengelola usaha sederhana.

Peluang usaha lain yang dapat dijalankan mahasiswa adalah menjual snack kiloan yang permintaannya meningkat menjelang Lebaran karena sering digunakan sebagai camilan saat berkumpul atau sebagai hidangan tamu. Selain snack kiloan, penjualan baju Lebaran juga berpotensi memberikan keuntungan karena berbelanja pakaian baru telah menjadi budaya masyarakat Indonesia menjelang Idulfitri. Fenomena meningkatnya kebutuhan pakaian dan makanan ringan ini membuka ruang kreativitas bagi mahasiswa untuk memulai usaha kecil sesuai keterampilan dan ketersediaan modal. Peluang tersebut juga selaras dengan hasil penelitian Amir, E., & Hasan, M. (2029) yang menekankan pentingnya kompetensi berbasis kearifan lokal bagi mahasiswa selama Ramadhan.

Beragam peluang ekonomi selama Ramadhan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk memberdayakan mahasiswa di sekitar Kampus Unesa Lidah. Tim pelaksana berencana memberikan pelatihan mengenai identifikasi peluang usaha Ramadhan, strategi mengelola usaha, serta cara memahami kebutuhan pasar secara lebih efektif. Materi pendampingan juga mencakup strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen mahasiswa dan masyarakat sekitar agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kreativitas, memperluas pengalaman berwirausaha, dan memperoleh

manfaat ekonomi selama bulan Ramadhan.

2. KAJIAN TEORITIS

Peluang Bisnis Musiman pada Bulan Ramadhan

Peluang bisnis musiman merupakan aktivitas ekonomi yang muncul pada periode tertentu dan mengalami peningkatan permintaan yang signifikan, salah satunya pada bulan Ramadhan. Perubahan pola konsumsi, kebiasaan sosial, serta aktivitas budaya masyarakat selama Ramadhan menciptakan dinamika pasar yang khas, seperti tingginya kebutuhan takjil, peningkatan transaksi makanan, serta munculnya pasar kaget di berbagai lokasi. Kondisi ini menjadi ruang strategis bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha kecil karena memerlukan modal rendah dan risiko usaha yang relatif kecil. Fenomena musiman tersebut juga memberikan peluang bagi mahasiswa untuk belajar melakukan identifikasi kebutuhan konsumen dan menentukan produk yang paling diminati selama Ramadhan.

Peluang bisnis musiman di Ramadhan menjadi media pembelajaran berbasis pengalaman yang sangat efektif. Aktivitas ngabuburit, tradisi konsumsi makanan manis, dan meningkatnya intensitas interaksi sosial mendorong terciptanya permintaan yang tinggi terhadap produk makanan dan minuman. Mahasiswa yang memanfaatkan kondisi ini dapat mengembangkan usaha secara langsung sambil melatih keterampilan manajemen waktu, pemasaran sederhana, dan pengendalian biaya. Selain itu, karakter pasar Ramadhan yang mudah diakses membantu mahasiswa membangun rasa percaya diri serta pengalaman praktis dalam menjalankan usaha.

Kewirausahaan Mahasiswa dan Kreativitas Berbasis Budaya

Kewirausahaan mahasiswa merupakan proses pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk mengenali peluang, mengembangkan inovasi, dan menciptakan nilai ekonomi melalui kegiatan usaha. Kreativitas menjadi unsur penting karena memungkinkan mahasiswa menghasilkan produk yang berbeda dan memiliki nilai jual di tengah persaingan pasar musiman. Penelitian Hadiyati (2011) menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan usaha kecil, sehingga mahasiswa perlu mengembangkan ide-ide baru sesuai preferensi konsumen selama Ramadhan. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya menjadi kegiatan ekonomi, tetapi juga ruang pembentukan karakter, keberanian, dan kemandirian mahasiswa.

Budaya lokal memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir dan pendekatan mahasiswa terhadap kewirausahaan. Tradisi Indonesia yang kaya, mulai dari kuliner, kebiasaan sosial, hingga produk kerajinan daerah, dapat menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswa dalam menciptakan produk kreatif. Pendekatan kewirausahaan berbasis budaya membantu

mahasiswa memahami kebutuhan masyarakat secara lebih mendalam serta menciptakan produk yang memiliki kedekatan emosional dengan konsumen. Penelitian Amir & Hasan (2019) menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis budaya meningkatkan kompetensi wirausaha mahasiswa karena ide usaha yang dikembangkan lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan pasar lokal.

Pemberdayaan Mahasiswa Melalui Program Pelatihan dan Kolaborasi Komunitas

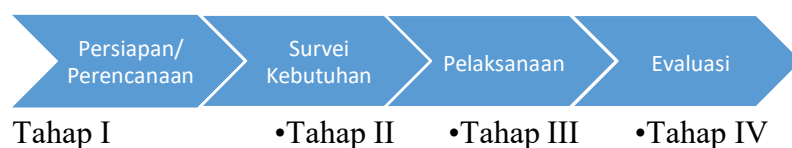
Program pelatihan kewirausahaan merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengelola usaha. Pelatihan yang dirancang dengan praktik langsung memungkinkan mahasiswa memahami proses inovasi produk, manajemen operasional, dan teknik pemasaran sederhana yang relevan selama Ramadhan. Melalui kegiatan survei, simulasi usaha, dan praktik lapangan, mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dalam membaca peluang pasar. Selain itu, pelatihan membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan manajerial dasar yang penting dalam menjalankan usaha secara lebih terstruktur.

Kolaborasi dengan UMKM dan komunitas sekitar juga menjadi elemen penting dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan masyarakat seperti bazaar Ramadhan, safari Ramadhan, dan pasar kaget menciptakan ruang interaksi antara mahasiswa dan pelaku usaha yang lebih berpengalaman. Interaksi ini memfasilitasi transfer pengetahuan, penguatan jejaring usaha, dan pemahaman terhadap praktik bisnis yang sesuai konteks budaya lokal. Penelitian Widyastuti et al. (2022) serta Manshur et al. (2025) menunjukkan bahwa kegiatan berbasis komunitas mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi lokal melalui usaha musiman di bulan Ramadhan.

3. METODE

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Dalam melaksanakan program Pengabdian kepada masyarakat. Tahapan tersebut digambarkan dalam bagan dibawah ini



Tahap Persiapan/perencanaan

Dalam tahap awal atau persiapan salah satu kegiatan yang dilaksanakan yaitu perencanaan tentang program dengan output berupa proposal kegiatan program. Proposal tersebut berisi

tentang tentang perencanaan detail kegiatan dan pembagian tugas kepada tim terkait kegiatan yang akan dilaksanakan.

Tahap Survei Kebutuhan

Tahap selanjutnya adalah tahap survei di lapangan yaitu area Jawa Timur. Untuk mendata jumlah peserta yang akan ikut pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap ketiga adalah tahap pelaksanaan, dalam tahap ini melakukan penyusunan modul yang sesuai dengan kebutuhan yang akan disampaikan pada saat pelatihan.

Tahap Evaluasi

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi program kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan evaluasi proses pelatihan. Kekurangannya yang terjadi dapat dijadikan bahan analisis dan perbaikan untuk kegiatan program selanjutnya. Dalam tahap ini juga disusun laporan kegiatan akhir yang merupakan laporan pertanggungjawaban kegiatan.

Keempat tahapan diatas merupakan tahapan/langkah yang dilakukan dalam kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat.

4. HASIL

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan mahasiswa melalui pemanfaatan momentum ekonomi di bulan Ramadhan. Aktivitas ekonomi pada periode tersebut menunjukkan peningkatan signifikan, mulai dari tingginya permintaan takjil hingga munculnya berbagai pasar dadakan yang melibatkan masyarakat dan pelaku usaha kecil. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk belajar langsung mengenai identifikasi peluang usaha, manajemen sederhana, serta strategi pemasaran berbasis kebutuhan konsumen. Keterlibatan mahasiswa dalam program ini diharapkan mampu menumbuhkan keterampilan praktis sekaligus menanamkan pengalaman kewirausahaan yang relevan dengan konteks sosial masyarakat.

Pelaksanaan program juga diarahkan untuk memperkuat hubungan kolaboratif antara mahasiswa dan pelaku UMKM di sekitar kampus sebagai upaya meningkatkan pemberdayaan ekonomi lokal. Mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman langsung melalui praktik usaha yang memanfaatkan produk dan kebutuhan khas Ramadhan. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya transfer keterampilan, peningkatan kapasitas bisnis mitra, serta terbentuknya jejaring usaha kecil yang berkelanjutan. Berbagai capaian program kemudian dirangkum dalam tabel berikut sebagai gambaran konkret hasil pelaksanaan PKM:

Tabel 1. Ringkasan Hasil Program PKM.

No	Jenis Hasil Program	Capaian / Temuan
1	Peningkatan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa	85% peserta memahami peluang bisnis Ramadhan
2	Peningkatan keterampilan praktik usaha	70% peserta merasa percaya diri menjalankan usaha
3	Munculnya usaha baru berbasis produk Ramadhan	60% peserta memulai usaha baru
4	Peningkatan omzet mitra UMKM	Omzet mitra naik hingga 30% selama Ramadhan
5	Publikasi ilmiah	Artikel terbit di jurnal terakreditasi
6	Publikasi media massa	Program dipublikasikan pada media lokal
7	Peningkatan kesadaran masyarakat	Masyarakat lebih memahami peluang usaha Ramadhan
8	Penguatan kolaborasi mahasiswa–mitra	Terbentuk jejaring usaha kecil di sekitar kampus

Peran Budaya Lokal dalam Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa

Budaya lokal merupakan sumber nilai, norma, dan praktik sosial yang membentuk cara pandang mahasiswa terhadap dunia usaha. Yusuf & Toet (2012) menekankan bahwa budaya Indonesia yang kaya tradisi dan kebiasaan sosial dapat menjadi modal identitas bagi mahasiswa dalam membangun karakter kewirausahaan. Pengaruh budaya ini terlihat jelas ketika mahasiswa menjadikan nilai-nilai seperti gotong royong, kesederhanaan, dan kreativitas tradisional sebagai pedoman dalam merancang usaha. Budaya lokal bukan hanya pengetahuan pasif, tetapi menjadi sumber pembentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih membumi.

Penelitian Amir & Hasan (2019) membuktikan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis budaya lokal mampu meningkatkan kompetensi wirausaha mahasiswa secara signifikan. Mahasiswa yang mendapatkan pendekatan berbasis budaya menunjukkan kemampuan lebih baik dalam merancang produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi budaya ke dalam pembelajaran bukan sekadar pendekatan alternatif, tetapi strategi efektif untuk memperkuat kemampuan mahasiswa memahami pasar lokal. Pendekatan budaya menjadikan mahasiswa lebih peka terhadap potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha.

El Hasanah (2018) menegaskan bahwa budaya lokal merupakan sumber inspirasi penting dalam melahirkan ide-ide kreatif di kalangan pemuda. Budaya yang beragam memberi ruang bagi mahasiswa untuk menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai artistik tinggi. Kreativitas berbasis budaya ini bahkan telah terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha di daerah-daerah yang memiliki modal budaya kuat seperti Yogyakarta. Hal ini menunjukkan

bahwa budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan, tetapi juga sebagai sumber daya ekonomi.

Kreativitas yang dipengaruhi budaya lokal juga didorong oleh faktor-faktor inovasi yang muncul secara alami dari interaksi masyarakat. Hadiyati (2011) mengungkapkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha kecil, terutama ketika inovasi tersebut muncul dari konteks budaya. Mahasiswa yang mampu memanfaatkan nilai budaya dalam menciptakan produk baru secara otomatis meningkatkan peluang keberhasilan usahanya. Dalam konteks ini, budaya lokal menjadi motivator sekaligus sumber ide bagi generasi muda yang ingin memasuki dunia usaha.

Pemberdayaan masyarakat juga berperan memperkuat pemanfaatan budaya lokal dalam kewirausahaan mahasiswa. Sukardi (2021) menunjukkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat sering menjadi ruang belajar bagi mahasiswa untuk memahami potensi budaya lokal secara langsung. Melalui keterlibatan dalam komunitas, mahasiswa dapat mempelajari praktik budaya yang relevan dan dapat dikembangkan menjadi usaha produktif. Hal ini menjadikan budaya sebagai sarana pembelajaran kontekstual yang sangat efektif bagi pengembangan kewirausahaan.

Upaya penguatan budaya lokal dalam pendidikan juga diperkuat oleh pendekatan perencanaan dan evaluasi program berbasis masyarakat. Hidayati (2022) menegaskan bahwa evaluasi berbasis komunitas membantu memahami bagaimana budaya lokal memengaruhi kesiapan masyarakat menerima inovasi dari mahasiswa. Dengan memahami konteks budaya, mahasiswa dapat merancang program atau usaha yang tidak hanya kreatif tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Ketepatan pendekatan ini meningkatkan keberhasilan implementasi usaha berbasis budaya.

Budaya lokal juga berpengaruh pada perilaku konsumtif dan produktif mahasiswa, sebagaimana dijelaskan oleh Harahap et al. (2022). Perilaku ini menunjukkan bagaimana budaya berperan dalam membentuk pola konsumsi maupun preferensi produk, sehingga mahasiswa dapat menangkap peluang usaha dari kecenderungan budaya tersebut. Ketika mahasiswa mampu memahami pola budaya, mereka dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemahaman ini berperan penting dalam memperkuat daya saing usaha mereka.

Kegiatan kepemudaan berbasis budaya seperti bazaar Ramadan dan safari Ramadan juga memberi pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memanfaatkan budaya sebagai peluang usaha. Widyastuti et al. (2022), Safira & Suryonegoro (2024), serta Manshur et al. (2025) menunjukkan bahwa kegiatan Ramadan mendorong mahasiswa dan UMKM untuk

memanfaatkan tradisi budaya sebagai momentum ekonomi. Budaya Ramadan yang sarat aktivitas ekonomi membuka ruang bagi inovasi usaha mahasiswa dan menegaskan bahwa budaya lokal adalah kekuatan ekonomi yang nyata. Budaya lokal memiliki peran strategis dalam membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa secara holistik.

Strategi Pengembangan Wirausaha Muda Berbasis Kreativitas dan Inovasi

Pengembangan wirausaha muda membutuhkan strategi yang menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai fondasi utama dalam membangun daya saing bisnis. Hadiyati (2011) menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan unsur penting yang memengaruhi keberhasilan usaha kecil, terutama bagi generasi muda yang memiliki keluwesan dalam berpikir dan bertindak. Kondisi pasar yang kompetitif menuntut wirausaha muda untuk menawarkan pembaruan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif. Hal ini menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai elemen wajib dalam strategi pengembangan kewirausahaan modern.

Lingkungan sosial seperti koperasi, komunitas, dan kelompok pemuda berperan penting dalam pemberdayaan wirausaha muda. Basia (2016) menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui kelompok komunitas dapat membentuk wirausahawan mandiri yang memiliki ketahanan ekonomi keluarga yang kuat. Kolaborasi yang terjadi dalam komunitas memungkinkan pemuda saling berbagi pengalaman, mengembangkan ide, serta mendapatkan pendampingan dari pelaku usaha yang lebih senior. Melalui ruang kolaboratif tersebut, wirausaha muda dapat memperkuat kapasitas bisnis sekaligus memperluas jaringan usaha yang berkelanjutan.

Pelatihan kewirausahaan merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan keterampilan bisnis mahasiswa. Rizki (2020) menjelaskan bahwa pelatihan berbasis praktik memungkinkan mahasiswa memahami proses inovasi produk, manajemen operasional, hingga teknik pemasaran yang relevan dengan perkembangan pasar. Ketika pelatihan dilaksanakan secara intensif dan terstruktur, mahasiswa dapat mengubah ide kreatif menjadi peluang usaha yang memiliki nilai ekonomi nyata. Hal ini menjadikan pelatihan sebagai komponen penting dalam menciptakan generasi wirausaha muda yang kompeten.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga berperan besar dalam meningkatkan kemampuan inovatif mahasiswa. Sukardi (2021) mengemukakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian memberi mereka pemahaman tentang kebutuhan masyarakat yang dapat diolah menjadi peluang usaha. Melalui interaksi langsung di lapangan, mahasiswa mampu mengembangkan solusi bisnis berbasis permasalahan yang mereka temui dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pendekatan ini memperkuat empati sosial sekaligus

membentuk kemampuan inovatif yang aplikatif.

Strategi pengembangan wirausaha muda memerlukan dukungan metodologis yang kuat melalui perencanaan dan evaluasi berkelanjutan. Hidayati (2022) menjelaskan bahwa perencanaan program yang sistematis memudahkan wirausaha muda memetakan risiko, menentukan prioritas, dan merancang model bisnis berbasis inovasi. Evaluasi berkelanjutan memungkinkan mahasiswa menyesuaikan strategi usaha dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Pendekatan metodologis tersebut memberikan kerangka kerja ilmiah yang penting dalam menciptakan usaha yang adaptif dan berkelanjutan.

Inspirasi inovasi bagi wirausaha muda sering kali lahir dari budaya lokal, tradisi, dan nilai-nilai masyarakat. Yusuf & Toet (2012) menegaskan bahwa kekayaan budaya Indonesia dapat menjadi sumber ide yang kuat dalam menciptakan produk kreatif bernilai ekonomi tinggi. Konsep budaya yang diangkat dalam usaha mahasiswa memungkinkan terciptanya keunikan produk yang berbeda dari pasar umum. Pemanfaatan budaya lokal tidak hanya memperkaya kreativitas mahasiswa, tetapi juga memperkuat identitas usaha mereka.

Momentum Ramadan memberikan ruang strategis bagi pengembangan inovasi usaha di kalangan generasi muda. Widyastuti et al. (2022) dan Safira & Suryonegoro (2024) membuktikan bahwa kegiatan bazaar Ramadhan dan pengembangan stan UMKM dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam merancang strategi pemasaran musiman. Dhora & Abbas (2025) juga menegaskan bahwa praktik Ramadan mendorong remaja untuk meningkatkan manajemen waktu dan kedisiplinan, yang menjadi modal penting dalam menjalankan usaha. Dalam konteks ekonomi digital, Aditya et al. (2025) serta Pranata et al. (2025) menunjukkan bahwa inovasi juga semakin berkembang melalui integrasi teknologi dan digitalisasi yang mendorong efisiensi usaha mahasiswa selama periode Ramadhan.

Kegiatan safari Ramadan yang dibahas Manshur et al. (2025) memperlihatkan bahwa pendampingan masyarakat dapat memunculkan inovasi pengabdian yang memberi dampak ekonomi secara nyata. Harahap et al. (2022) menyoroti perilaku konsumtif dan produktif mahasiswa selama Ramadan sebagai cerminan kebutuhan pasar yang dapat dimanfaatkan wirausaha muda dalam mengembangkan produk dan layanan. Ramadhan & Megawati (2023) menunjukkan bahwa kebijakan Merdeka Belajar memberi ruang lebih luas bagi mahasiswa untuk berinovasi melalui program-program berbasis lapangan. Integrasi nilai keberlanjutan dan etika syariah yang dibahas Nopiyani & Selasi (2025), serta kajian ekonomi regional oleh Saputra et al. (2025) dan manajemen talenta oleh Sunaini & Satyadharma (2025), memperkaya pemahaman bahwa pengembangan wirausaha muda harus mempertimbangkan aspek inovasi, etika, teknologi, dan dinamika ekonomi yang terus berkembang.

5. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat mengenai pembelajaran peluang bisnis di bulan Ramadhan bagi mahasiswa di Surabaya menunjukkan bahwa Ramadhan merupakan momentum sosial-budaya yang memiliki potensi ekonomi besar untuk pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Tradisi budaya, perubahan pola konsumsi, munculnya pasar kaget, serta dinamika ekonomi musiman terbukti membuka peluang usaha yang luas, terutama dalam penjualan takjil, snack kiloan, serta produk musiman lainnya. Melalui pelatihan, pendampingan, dan kegiatan berbasis masyarakat, mahasiswa tidak hanya mampu mengidentifikasi peluang usaha, tetapi juga mengembangkan kreativitas, inovasi, serta keterampilan manajerial yang relevan. Integrasi nilai budaya lokal, pemanfaatan momentum Ramadan, dukungan komunitas, serta pendekatan metodologis yang sistematis memperkuat kemampuan mahasiswa dalam merancang usaha yang adaptif, berkelanjutan, dan sesuai kebutuhan pasar. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan mahasiswa perlu terus diperkuat melalui kolaborasi kampus–komunitas, integrasi budaya, serta inovasi berbasis teknologi agar mampu menciptakan wirausaha muda yang kompeten dan berdaya saing.

REFERENSI

- Aditya, F., Fatwa, M. N., & Rahayuningsih, S. (2025). Digitalisasi akuntansi persediaan: Studi kualitatif pada UMKM di era transformasi digital. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(2), 152–158.
- Amir, E., & Hasan, M. (2019). Perbandingan kompetensi wirausaha mahasiswa melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis budaya lokal dengan yang tidak berbasis budaya lokal. *[Nama Jurnal tidak tercantum]*, 22(1), 110–125.
- Basia, L. (2016). Strategi pengembangan wirausaha pemuda dalam mewujudkan wirausahawan mandiri dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi keluarga (Studi pada Koperasi Sumekar di Kampung Sanggrahan Pathuk Kecamatan Ngampilan Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(1), 42. <https://doi.org/10.22146/jkn.10226>
- Dhora, S. T., & Abbas, A. (2025). Peran praktik Ramadhan dalam meningkatkan manajemen waktu dan diri pada remaja muslim. *Journal of Knowledge and Collaboration*, 2(4), 598–606.
- El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Harahap, A. N., Irmawati, J. E., Tahu, Y. I., Agustin, D. F., & Radianto, D. O. (2022). Perilaku serta sifat konsumtif dan produktif mahasiswa baru Manajemen Bisnis Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya di bulan Ramadan. *Indonesian Journal of Sociology*,

Education, and Development, 4(1), 14–23.

- Hasmira, M. H., & Fitriani, E. (2019). Peluang usaha bagi masyarakat Nagari Sungai Pinang untuk pengembangan ekowisata. *ABDI: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 64–69. <http://abdi.ppj.unp.ac.id/index.php/abd>
- Hidayati, N. (2022). Rencana dan evaluasi program pengabdian kepada masyarakat: Pendekatan praktis. *Jurnal Komunitas*, 6(3), 78–85.
- Manshur, A., Qohar, M. A., Istiqomah, F. Z., Hadad, D., Ulum, M. B., & Nisa, L. (2025). Pendampingan himpunan mahasiswa program studi Tadris Bahasa Indonesia dalam pelaksanaan Safari Ramadan di SMAN 1 Muncar Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 3(2), 240–254.
- Nopiyani, V., & Selasi, D. (2025). Integrasi nilai keberlanjutan dan keagamaan dalam investasi syariah: Kajian konseptual dalam kerangka pasar modal syariah. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(2), 142–151.
- Pranata, N. A., Christyasari, D., & Rahayuningsih, S. (2025). Transformasi digital dan manajemen persediaan sebagai determinan likuiditas UMKM Eco Enzyme di Surabaya. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(2), 134–141.
- Ramadhan, S., & Megawati, S. (2023). Implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dalam meningkatkan kualitas pendidikan mahasiswa di Universitas Negeri Surabaya. *Publika*, 1581–1592.
- Rizki, A. (2020). Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan keterampilan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan*, 2(1), 15–22.
- Safira, M. E., & Suryonegoro, P. (2024). Inovasi stan UMKM untuk memberdayakan ekonomi warga pada bulan suci Ramadan di RT 02 RW 04 Kelurahan Jambangan Kota Surabaya. *Education, Language, and Arts: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 218–225.
- Saputra, D. R., Dewi, E. N., Sukanti, N. K., & Hanafi, S. (2025). Fiscal capacity, renewable energy policy, and regional economic resilience: A study of Indonesia's transition. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(2), 159–169.
- Sukardi, S. (2021). Dampak program pengabdian kepada masyarakat terhadap pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 25–35.
- Sunaini, W., & Satyadharma, M. (2025). Manajemen talenta dan peningkatan kinerja Aparatur Sipil Negara: Suatu kajian literatur pada sektor publik Indonesia. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(2), 80–90.
- Widyastuti, E., Apriliandini, D. P., Saryono, N. T. D., & Hayati, K. R. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui kegiatan bazaar Ramadan di Kelurahan Rungkut Menanggal, Kota Surabaya. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1133–1138.
- Yusuf, & Toet. (2012). *Indonesia punya cerita: Kebudayaan dan kebiasaan Indonesia*. Cerdas Interaktif.