

# INOVASI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DALAM MOMENTUM RAMADHAN: PERSPEKTIF PENDIDIKAN DAN DIGITALISASI BISNIS

Sukni Larasati<sup>1)</sup>, Rendi Tri Shafutra<sup>2)</sup>, Rolensa Nur Wulandari Dewi<sup>3)</sup>, Asmadi Syahputra<sup>4)</sup>, Yogi Renaldi Saputra<sup>5)</sup>, Uswatun Hasanah<sup>6)</sup>

<sup>1),2),3),4),5),6)</sup>Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: [suknilarasati206@gmail.com](mailto:suknilarasati206@gmail.com), [rendishafutra606@gmail.com](mailto:rendishafutra606@gmail.com), [rolensanurwulandaridewi@gmail.com](mailto:rolensanurwulandaridewi@gmail.com), [asmadisyahputra26@gmail.com](mailto:asmadisyahputra26@gmail.com), [yogirenaldi044@gmail.com](mailto:yogirenaldi044@gmail.com), [uswatun.hasanah@mail.com.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:uswatun.hasanah@mail.com.uinfasbengkulu.ac.id)

## Info Artikel

## Abstract

### Keywords:

*creativity, young entrepreneurs, ramadhan*

This study aims to explore the creativity of young entrepreneurs in facing business competition during the month of Ramadan. Using qualitative analysis methods, this study analyzes various strategies implemented by young entrepreneurs in optimizing market opportunities during the holy month of Ramadan. Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation of several young entrepreneurs. The results of the study show that young entrepreneurs rely on product innovation, digital promotion through social media, cross-brand collaboration, and operational adjustments to deal with spikes in demand. In addition, thematic promo offers that are in accordance with the characteristics of Ramadan, such as discounts and cashback, also strengthen consumer appeal. Creativity and adaptability are the main keys for young entrepreneurs to survive and thrive amidst increasingly fierce competition. This study provides insight into the importance of innovation and flexibility in running a business during the month of Ramadan

### Kata kunci:

Kreativitas, wirausaha muda, ramadhan

### Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali kreativitas wirausaha muda dalam menghadapi persaingan bisnis selama bulan Ramadhan. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai strategi yang diterapkan oleh wirausaha muda dalam mengoptimalkan peluang pasar di bulan suci Ramadhan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap beberapa pelaku usaha muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para wirausaha muda mengandalkan inovasi produk, promosi digital melalui media sosial, kolaborasi lintas brand, serta penyesuaian operasional untuk menghadapi lonjakan permintaan. Selain itu, penawaran promo tematik yang sesuai dengan karakteristik Ramadhan, seperti diskon dan cashback, turut memperkuat daya tarik konsumen. Kreativitas dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci utama bagi wirausaha muda dalam bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi dan fleksibilitas dalam menjalankan bisnis di bulan Ramadhan.

## PENDAHULUAN

Bulan Ramadhan, sebagai bulan suci dalam agama Islam, sering dianggap sebagai waktu untuk refleksi spiritual, penguatan hubungan sosial, dan peningkatan kepedulian sosial. Selain itu, bulan Ramadhan juga dianggap sebagai periode yang penuh dengan peluang dan potensi untuk pertumbuhan ekonomi dan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menggunakan dan mengombinasikan sumber daya, seperti uang, material, tenaga kerja, dan keterampilan, untuk menghasilkan produk menurut Marien Pinontoan dkk.

Mahasiswa, sebagai agen perubahan dan penggerak inovasi, memiliki peran penting dalam mengembangkan semangat kewirausahaan di masyarakat. Universitas, sebagai lembaga pendidikan tinggi, memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswanya. Oleh karena itu, memanfaatkan momentum bulan Ramadhan sebagai platform untuk meningkatkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti.

Berwirausaha di usia muda memberikan keuntungan seperti dekat dengan teknologi terkini dan mempermudah mengakses informasi dari internet sebagai media pemasaran atau berbisnis. Di usia yang relatif muda lebih mengetahui selera pasar, Selara anak muda dan memahami apa yang sedang menjadi tren atau akan menjadi trensenter. Dengan begitu mahasiswa yang merupakan kaum millennial dapat mengimplementasikan ilmu kewirausahaan dengan membangun bisnis tanpa menunggu waktu yang lama. Menurut Suryana (2013) jiwa adalah orang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut (1) Penuh percaya diri, (2) Memiliki inisiatif, (3) Memiliki motif berprestasi terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan, (4) Memiliki jiwa kepemimpinan adalah berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak dan (5) Berani mengambil risiko dengan penuh pertimbangan. (Niqrisah & Pratiwi, 2024)

Kewirausahaan merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk memerangi meningkatnya angka pengangguran. Selain sukses secara finansial, sebagian besar usaha kewirausahaan sangat membantu bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dalam jumlah besar. Salah satu cara untuk menunjang perekonomian keluarga adalah dengan membina wirausaha muda yang mandiri, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mengingat generasi muda diharapkan menjadi wirausaha muda terdidik yang mampu membuka usaha sendiri, maka menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam diri mereka dianggap sebagai salah satu strategi alternatif untuk menurunkan angka pengangguran. Meskipun kewirausahaan memerlukan rencana yang matang untuk menghindari kegagalan, sebuah bisnis dapat dianggap sukses dan mandiri jika faktor-faktor berikut dipertimbangkan: ada tiga faktor yang perlu diperhatikan ketika menganalisis penyebab kegagalan, khususnya bagi pemilik usaha kecil dan menengah, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran mendasar (termasuk manajemen, khususnya manajemen pemasaran) menyebabkan 45 persen kegagalan UKM, kedua tim manajemen yang tidak bersemangat menyebabkan 35 persen kegagalan, dua puluh persen di antaranya gagal karena terbatasnya dana (Amarisa et al., 2023)

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghadirkan gagasan atau ide dalam memecahkan persoalan saat menghadapi peluang. Dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong untuk mencapai target yang ditentukan. Target yang dimaksud dapat berupa target dibidang apapun termasuk dalam bidang kewirausahaan. Sehingga kemampuan berkreativitas dapat digunakan untuk melahirkan berbagai ide-ide bisnis yang sesuai dengan peluang yang ada. Apabila kreativitas ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha (Sari, 2022)

## INOVASI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DALAM MOMENTUM RAMADHAN: PERSPEKTIF PENDIDIKAN DAN DIGITALISASI BISNIS

Tidak hanya kreativitas saja melainkan inovasi juga bisa mendorong untuk meningkatkan seseorang untuk berwira usaha. Jadi inovasi merupakan kemampuan untuk mengubah peluang menjadi suatu gagasan atau ide-ide yang dapat dijual. Dengan adanya inovasi, keinginan untuk mencapai keberhasilan dalam suatu usaha akan semakin dapat diharapkan. Karena inovasi, seseorang akan mampu menghadapi berbagai ketidakpastian dan ketatnya persaingan di dunia usaha. Jika inovasi ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan padaminat berwirausaha penelitian (Ecosystem, 2023)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali kreativitas wirausaha muda dalam menghadapi persaingan bisnis selama bulan Ramadhan. Metode kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang terjadi, terutama dalam konteks sosial dan budaya yang memengaruhi perilaku wirausaha muda selama bulan puasa. Penelitian ini berfokus pada wirausaha muda yang menjalankan bisnis dalam sektor yang relevan dengan kebutuhan Ramadhan, seperti makanan, minuman, dan produk Lebaran.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis kualitatif terhadap wirausaha muda yang beroperasi selama bulan Ramadhan, ditemukan sejumlah temuan yang menggambarkan bagaimana mereka berinovasi dan beradaptasi dengan persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian ini dibagi dalam beberapa subtema utama yang mendasari strategi dan kreativitas mereka.

#### 1. Inovasi Produk

Ramadhan menciptakan permintaan baru yang khas (seperti kebutuhan untuk berbuka dan berbagi), dan wirausaha muda yang kreatif cepat membaca peluang ini dengan menciptakan produk relevan. Hal ini memperlihatkan penerapan konsep *market-oriented innovation*.

Para wirausaha muda cenderung menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen selama Ramadhan, terutama dalam hal berbuka puasa. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden, "Saya buat menu takjil spesial Ramadhan yang *limited edition*." Hal ini mencerminkan upaya mereka untuk memanfaatkan moment spesial Ramadhan sebagai peluang untuk menawarkan produk yang terbatas dan eksklusif. Inovasi ini membantu mereka menonjol di tengah persaingan dengan menawarkan sesuatu yang baru dan menarik bagi konsumen.

#### 2. Strategi Promosi Digital

Kreativitas tidak hanya dalam produk, tetapi juga dalam cara pemasaran. Pemanfaatan media sosial dengan pendekatan konten kreatif menunjukkan pemahaman mereka terhadap *digital consumer behavior* yang lebih aktif selama Ramadhan.

Promosi melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok menjadi pilihan utama para wirausaha muda dalam memasarkan produk mereka selama Ramadhan. Salah satu responden mengatakan, "Kalau Ramadhan saya lebih rajin upload konten ngabuburit." Ini menunjukkan bahwa para wirausaha muda memahami pentingnya keberadaan online dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Konten promosi yang tematik dengan aktivitas berbuka puasa, seperti ngabuburit, memberi nuansa yang lebih dekat dan relevan dengan audiens.

### 3. Kolaborasi Lintas Brand

Kolaborasi lintas sektor memperlihatkan bahwa kreativitas juga terjadi dalam strategi bisnis, bukan hanya pada produk. Ini memperluas pasar mereka tanpa harus mengeluarkan biaya promosi besar.

#### Adaptasi terhadap Perilaku Konsumen

Kolaborasi antar pelaku usaha juga menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan. Seperti yang disampaikan oleh seorang responden, "Saya gabungin produk saya sama teman yang jual kue lebaran." Kolaborasi ini memungkinkan mereka untuk memperluas pasar tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang lebih besar. Kolaborasi produk bundling meningkatkan daya tarik konsumen, terutama bagi mereka yang mencari paket lengkap untuk kebutuhan berbuka atau Lebaran.

### 4. Adaptasi Operasional

Kreativitas juga ditunjukkan dalam fleksibilitas operasional, seperti penyesuaian jam buka dan sistem pre-order, yang memperlihatkan kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang berubah selama bulan Ramadhan.

Wirausaha muda juga memperlihatkan kemampuan beradaptasi terhadap perilaku konsumen yang berubah selama bulan Ramadhan. Banyak dari mereka menyesuaikan jam operasional untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat pada sore hari menjelang berbuka puasa. Salah satu responden menjelaskan, "Orderan harus dipesan minimal H-1 karena ramai banget sore." Penyesuaian ini menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam menanggapi permintaan konsumen yang sangat spesifik di bulan Ramadhan.

### 5. Penawaran Promo Tematik

Diskon dan promosi tematik menciptakan urgensi dan daya tarik emosional, dua hal yang sangat berpengaruh dalam perilaku belanja konsumen di bulan Ramadhan. Secara keseluruhan, kreativitas wirausaha muda dalam menghadapi persaingan Ramadhan tidak hanya sekadar "berbeda", tetapi lebih kepada relevansi dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar.

Penawaran promo khusus Ramadhan, seperti diskon dan cashback, menjadi salah satu strategi yang paling efektif untuk menarik konsumen. Salah seorang wirausaha mengungkapkan, "Ada promo beli 2 gratis 1 khusus minggu pertama puasa." Promo-promo ini berhasil menciptakan urgensi dan meningkatkan volume penjualan selama bulan puasa. Dengan memanfaatkan momentum Ramadhan, mereka berhasil menarik perhatian konsumen yang ingin memanfaatkan potongan harga dan promo lainnya.

## **Langkah Pemerintah Mendorong Peran Aktif Pengusaha Muda**

Dalam penulisan ini ada 2 (agenda) utama yang perlu dilakukan pemerintah yaitu :

#### a. Penciptaan Pengusaha Muda yang Baru

Suatu pembangunan memerlukan suatu proses perencanaan (social planning) yang dilakukan secara sadar baik oleh birokrat perencana pembangunan, bangsa, maupun suatu negara untuk membuat perubahan yang lebih baik sebagai proses peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tema besar dalam pembangunan ialah, (a) koordinasi, yaitu dalam pembangunan diperlukan kegiatan perencanaan; (b) terciptanya ragam alternatif yang sah yang berorientasi pada keragaman aspek kehidupan untuk menciptakan hukum dan kelembagaan yang dapat dipercaya dan berperan secara efektif, efisien, dan adil, dan transparan; (c) Aspirasi, yaitu berarti pembangunan harus berorientasi pada pemecahan masalah dan pembinaan nilai-nilai moral.

## INOVASI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DALAM MOMENTUM RAMADHAN: PERSPEKTIF PENDIDIKAN DAN DIGITALISASI BISNIS

Sehingga, model yang bisa diimplementasikan untuk mendorong lahirnya pengusaha muda di Indonesia antara lain :

### b. Aspek Koordinasi

Pemerintah perlu juga mendorong terciptanya pasar yang menunjukkan persaingan usaha yang sehat. Mencegah adanya penguasaan pasar oleh perseorangan atau kelompok tertentu. Serta melakukan kemitraan dan koordinasi secara luas baik dengan kementerian, kembaga, BUMN, bahkan juga perguruan tinggi, dan juga menysasar sekolah serta masyarakat pada umumnya.

### c. Aspek Hukum, Kebijakan, dan Kelembagaan

Dengan cara memperkuat kelembagaan dengan mengutamakan prinsip good governance dengan adanya tranparansi, perluasan akses permodalan, penyederhaan birokrasi kemudahan dalam berusaha, regulasi yang berpihak kepada terciptanya iklim yang kondusif untuk menjalankan usaha.

### d. Aspek Pemecahan Masalah dan Pembinaan

Dengan cara pemberian materi, mengasah soft skill, leadership, keterampilan teknis seperti pemasaran dan manajemen, kemampuan interpersonal, maupun antar personal, kemampuan manajerial, dan pengembangan strategi dan kreativitas. Pendidikan dapat dimulai sejak dini melalui sistem pendidikan yang mendukung peningkatan kreativitas dan inovasi. Hal ini diperlukan agar sedari dini individu memiliki pondasi entrepreneurship dan kecerdasan, keterampilan, serta keahlian berwirausaha. (Jay Aryaputra Singgih, 2024)

## 2. Pemaksimalan Peran Pengusaha Muda

Tujuan yang ingin dicapai dalam pemberdayaan ialah terbentuknya manusia dan masyarakat yang mandiri dalam berpikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang dilakukannya, serta dilakukan dalam suatu proses yang dilaksanakan secara menyeluruh dan mencakup segala aspek.

Ada beberapa hal yang perlu dilakukan bagi pemaksimalan pengusaha yang sudah ada, antara lain :

- a. Strategi Pengembangan Pemasaran : pemerintah harus dapat mengantisipasi dengan memberikan suatu proteksi atau perlindungan serta dukungan bagi pengusahapengusaha domestik atau lokal untuk dapat bersaing secara global dan tidak tergerus oleh persaingan. Pemerintah dapat membantu dengan promosi-promosi produk lokal dengan prinsip kolaborasi dan kemitraan jangka panjang dan luas. Serta diperlukan pemberian pembinaan dan pelatihan mengenai teknik pemasaran, pengembangan pasar, ataupun penggunaan teknologi dalam membantu pemasaran.
- b. Kemudahan dalam Pengaturan Perizinan : Formulasi kebijakan yang pro investasi dan iklim usaha yang kondusif harus terus ditingkatkan untuk mengatasi problem stagnansi ekonomi agar pertumbuhan ekonomi menunjukkan hasil yang positif. (Suryadi 2019)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kreativitas wirausaha muda dalam menghadapi persaingan Ramadhan tidak hanya terlihat pada inovasi produk, tetapi juga dalam hal pemasaran dan operasional. Mereka mampu membaca peluang yang ada dan menyesuaikan strategi bisnis mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen selama bulan Ramadhan. Inovasi produk, promosi digital, kolaborasi antar usaha, adaptasi operasional, dan penawaran promo tematik

Sukni Larasati, Rendi Tri Shafutra, Rolensa Nur Wulandari Dewi, Asmadi Syahputra, Yogi Renaldi Saputra, Uswatun Hasanah

menjadi lima strategi utama yang digunakan oleh wirausaha muda untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif selama Ramadhan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- nnisa Istiqomah. (2024). "Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Untuk Daya Saing Perusahaan Industri *E-Commerce* Shopee Indonesia". *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* Vol. 1 Nomor 2.
- Holilurrohman, (2023) Pengaruh Minat Usaha, Kreativitas, Inovasi, Motivasi, dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kecamatan Bangkalan. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*
- Indah, Mansur Yassinta, Yelvira. (2023). "Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Pada Remaja Muda". *HARING: Journal of Islamic Economics, Management and Business*. Volume 2, Nomor 2, Desember
- Mohamad. Walbertus. Marita. "Inovasi Dalam Manajemen Strategi: "Membangun Keunggulan Kompetitif Bisnis Di Era Digital" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*
- Suwarni. "Pengabdian Kepada Masyarakat: Pelatihan Komunikasi Lisan Bahasa Inggris Bagi Siswa/I SMA". *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*. Vol. 9 (No. 1): no. 014 – no. 025 Th. 2025
- Yunita. Dasmadi. (2024). "Bulan Ramadhan Bulan Seribu Peluang dan Meningkatkan Semangat Entrepreneurship di Kalangan Mahasiswa Universitas Boyolali". *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, No. 2