

Upaya Menumbuhkan Minat Wirausaha Kaum Muda Melalui Pelatihan Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Ubi Kayu di OMK (Orang Muda Katolik)

Efandri Agustian¹, Merlyn Kurniawati², Lia Nur Fadhilah³, Marisi⁴, Midian Imanuel Sihombing⁵

¹⁻⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana

Corresponding Author. Email : efandri.agustian@staf.undana.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 27-05-2025
Revised : 30-07-2025
Accepted : 04-08-2025
Online : 10-08-2025

Keywords:

Entrepreneurship, Youth, Increasing Product Added Value, Cassava

ABSTRACT

Abstract: *This community service activity focuses on fostering youth entrepreneurship interest through training in increasing the added value of processed cassava products. Where cassava is a local resource in Umakatahan Village, Malaka Regency. The activity was attended by 3 lecturers, 2 speakers supported by 2 students. The training participants were 35 people, consisting of the Management and members of OMK (Orang Muda Katolik) of Umakatahan Village, Malaka Regency. Two speakers in this activity are experts in the field of Entrepreneurship and marketing, especially Digital Marketing. This community service activity has been able to increase the interest and knowledge of the young generation of Umakatahan Village. This program has succeeded in motivating young people to be more professional in managing agricultural products and adapting to market needs.*



Abstrak: Tujuan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menitikberatkan pada pembinaan minat berwirausaha pemuda melalui pelatihan peningkatan nilai tambah produk olahan singkong. Dimana singkong merupakan sumber daya lokal di Desa Umakatahan Kabupaten Malaka. Kegiatan ini diikuti oleh 3 orang dosen, 2 orang pemateri dengan dukungan 2 orang mahasiswa. Peserta pelatihan berjumlah 35 orang yang terdiri dari Pengurus dan anggota OMK (Orang Muda Katolik) Desa Umakatahan Kabupaten Malaka. Dua orang pemateri dalam kegiatan ini merupakan pakar dalam bidang Kewirausahaan dan pemasaran khususnya Digital Marketing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu meningkatkan minat dan pengetahuan generasi muda Desa Umakatahan. Program ini berhasil memotivasi generasi muda untuk lebih profesional dalam mengelola hasil pertanian dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar.



<https://doi.org/10.31764/justek.vXiY.ZZZ>

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



A. LATAR BELAKANG

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) secara resmi merevisi standar usia, dimana usia muda berkisar dari umur 25 – 44 Tahun. Generasi muda atau kaum muda merupakan tumpuan harapan masa depan bangsa yang akan banyak berperan dalam menentukan perubahan lingkungannya. Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) jumlah usia muda kisaran umur 25-44 tahun adalah 40,32% (Statistik 2024). Hal ini dapat menjadi roda penggerak untuk meningkatkan peran kaum muda dalam melakukan usaha sosial dan kewirausahaan. Kewirausahaan sosial harus mengedepankan prinsip

bisnis yang adil, dengan tujuan utama memberikan manfaat terbesar kepada masyarakat, bukan hanya berfokus pada keuntungan finansial (Sasongko 2023). Kewirausahaan sangat luas aktivitasnya mulai dari skala individual entrepreneurship, industrial, sampai akhirnya berkembang adalah social entrepreneurship (Maguni 2014). Selain itu kaum muda dinilai lebih terampil dalam bekerja dan melakukan perubahan serta mentuaki tantangan untuk lebih dinamis. Untuk alasan-alasan tersebutlah kaum muda harus diberdayakan untuk dapat berdiri diatas kakinya sendiri, mandiri dan bermartabat.

Lingkungan sosial dipengaruhi lingkungan keluarga, dimana lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama seseorang dalam memulai kehidupannya, menjadi seorang wirausaha dan mengembangkan menjadi usaha kreatif tidak terlepas dari dukungan keluarga, apabila keluarga memberikan dukungan untuk membangun usaha kreatif dan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seorang akan memiliki minat berwirausaha, namun apabila keluarga tidak mendukung seseorang untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil atau tidak memiliki minat berwirausaha (Setiawan and Sukanti 2016). Kaum muda juga menjadi agen terhadap cara pandang masyarakat dalam menghadapi perubahan global yang berubah secara dinamis. Pada generasi muda inilah kita tanamkan semangat berpikir untuk memajukan nilai kewirausahaan dan memiliki semangat untuk menjadi wirausaha. Wirausaha adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif. Kaum muda lebih dominan dalam menjalankan kuliner, industri *fashion*, kecantikan, dan kesenian (Andrew 2008). Kesadaran pada diri mereka untuk menjadi wirausaha tentu saja didorong dengan dukungan dari lingkungan keluarga dan akademis.

Ubi kayu merupakan tanaman yang kaya akan karbohidrat dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pangan, pakan, industri, bahkan energi. Produksi dan pemasaran produk kelompok tani yang baik sangat membantu para petani dalam mengelola hasil pertaniannya (Pratama and Efandri 2022). Ubi kayu merupakan tanaman yang sudah banyak dibudidayakan masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS, 2017) melaporkan bahwa impor ubi kayu dengan angka yang fluktuatif dari tahun 2011-2016. Indonesia melakukan impor ubi kayu sebanyak 12.530 ton atau sebesar US\$ 2.2 juta pada tahun 2016. Import yang dilakukan Indonesia untuk Ubi Kayu merupakan data bahwa belum meratanya distribusi Ubi Kayu yang ada di Indonesia. Pemasaran dan distribusi yang belum merata menjadikan pengelolaan hasil panen Ubi Kayu belum merata, seperti penelitian yang sebelumnya bahwa bauran pemasaran sangat berpengaruh positif terhadap meningkatkan penjualan (Wio et al. 2024). Di perlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai dari hasil panen ubi kayu (Efandri dkk, 2023). Selain itu kreatif iklan yang dihasilkan oleh organisasi seperti keunikan nama bisnis dan menu mempengaruhi konsumen (Tungga et al. 2023). Perlu diberikan pelatihan terkait kreatifitas untuk memunculkan keunikan dari hasil ubi kayu untuk nilai ubi kayu semakin meningkat.

Peran kaum muda untuk berkontribusi secara langsung dalam lingkungan sosial, wirausaha, inovasi, kreasi serta mengenalkan produk lokal seperti Ubi Kayu harus di dukung demi dampak positif terhadap keluarga, masyarakat, dan ekonomi secara keseluruhan. Aktivitas kepedulian sosial dengan menularkan jiwa kewirausahaan kepada masyarakat sebagai peserta pelatihan ini telah mulai

berkembang belakangan ini. Aktivitas semacam ini populer dengan sebutan social entrepreneurship (Pless 2012). Pentingnya memberdayakan kaum muda dengan memberikan akses yang luas terhadap peluang bisnis dan sumber daya, tidak hanya membuka pintu bagi kemajuan ekonomi, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan sosial, dan memupuk perubahan positif dalam dinamika lingkungan yang ada. Kaum muda di anggap sebagai kaum yang lebih kuat dan tangguh dalam menghadapi tantangan. Saat kaum muda menerapkan pemasaran yang baik diharapkan akan berdampak pada peluang terangkatnya nilai ubi kayu. Organisasi yang belum menerapkan strategi pemasaran yang sesuai sehingga penjualan mengalami penurunan yang cukup drastis (Masan, C Fanggidae, R Kurniawati, M Bunga 2023), Perlu adanya dukungan dan motivasi kepada kaum muda untuk meraih impian mereka, membangun bisnis yang berkelanjutan, dan menjadi teladan bagi lingkungan harus terus digalakan. Hal ini karena pemberdayaan kaum muda melalui wirausaha sosial bukan hanya tentang menciptakan peluang bisnis, tetapi juga tentang membentuk masa depan yang lebih inklusif, dan berdaya saing, lingkungan sosial yang kondusif serta keberlangsungan lingkungan yang berkelanjutan (Marisi dkk, 2025).

Pelatihan kewirausahaan merupakan suatu langkah penting dan perlu dalam rangka membentuk dan menciptakan kaum muda yang berkualitas dan berdaya saing. Namun berbagai tantangan dan hambatan menjadikan kaum muda enggan memulai suatu usaha. Kaum muda sering dihadapkan pada tantangan yang mempengaruhi keberlangsungan usahanya. Salah satunya adalah jiwa muda yang suka terpengaruh dengan teman/lingkungannya yang menjadikan mereka pemalas. Tantangan lainnya adalah terbatasnya akses pada pelatihan kewirausahaan, minimnya pemahaman penggunaan teknologi digital dan kesulitan kaum muda dalam mendapatkan akses permodalan dari lembaga formal karena kaum muda lebih cenderung belum di percaya oleh lembaga keuangan dalam hal permodalan (Efandri dan Indah, 2022). Kaum muda juga sering tidak memiliki kemandirian dalam pengambilan keputusan karena jiwa mudanya masih menggelora dan sering dengan sifat terburu-burunya.

Permasalahan yang dihadapi kelompok mitra adalah banyaknya sumber daya pangan yaitu Ubi Kayu di sekitar mereka yang belum dapat bernilai tinggi, sementara Indonesia melakukan import Ubi Kayu. Belum terdistribusinya Ubi Kayu secara merata sehingga Ubi Kayu di lingkungan Mitra dianggap bahan yang kurang menghasilkan atau barang tidak bernilai ekonomi. Ubi Kayu selama ini sebagian besar di konsumsi sendiri, keluarga, kerabat, tetangga di jual secara langsung kepada pemasok. Sudah ada yang mencoba melakukan usaha inovasi tetapi terbatas pada pembuatan keripik ubi dengan kemasan yang sederhana dan di pasarkan juga di sekitar rumah. Usaha mereka lebih memilih usaha berskala kecil dan informal. Padahal, mengembangkan bisnis dan mendaftarkan usahanya menjadi formal dapat membuka akses kepada pinjaman modal maupun bantuan dan insentif pemerintah (Efandri dkk, 2022). Selain itu sertifikat ke legalan usaha termasuk label dari BPOM dan Halal MUI bisa menjadikan makanan olahan ini bersaing di pasar yang lebih besar. Dengan demikian Ubi Kayu di lingkungan Mitra kurang dapat di serap pasar dengan baik. Hal tersebut disebabkan antara lain karena minimnya dan kurangnya motivasi serta jiwa kewirausahaan yang belum benar-benar hidup dalam jiwa setiap kaum muda OMK (Orang Muda Katolik) Desa Umakatahan Kabupaten Malaka.

B. METODE PELAKSANAAN

Proses upaya menumbuhkan jiwa mengenai pentingnya kewirausahaan dan membangun jiwa wirusaha, yaitu dengan memberi materi terkait manajemen usaha, kewirausahaan dan pemasaran serta praktik langsung menggunakan media digital dalam proses pemasarannya (*digital marketing*). Proses di ini dilakukan untuk mengarahkan peserta guna memiliki ide dalam membangun usaha dan dilanjutkan dengan pelatihan meningkatkan nilai produk Ubi Kayu yang menarik, pengemasan dan pemasaran yang bervariasi. Dengan demikian, dalam *public assistance* ini sekaligus dilakukan evaluasi dan monitoring sehingga penerapan ipteks lebih terjaga keberhasilannya.

Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) meliputi tahapan untuk penyelesaian permasalahan, antara lain:

- a. Permasalahan Pemasaran dengan metode Ceramah dan praktik dalam penggunaan media digital untuk pemasaran: Pentingnya membangun jiwa kewirausahaan kaum muda dan memahami lingkungan sosial, Langkah-langkah menjadi wirusaha dan pemberian materi mengenai Manajemen usaha dan Manajemen pemasaran. Melakukan promosi melalui media social dengan konten yang menarik.
- b. Permasalahan pada manajemen operasi dengan metode Diskusi: peserta anggota OMK (Orang Muda Katolik) Desa Umakatahan Kabupaten Malaka memberikan *feedback* dengan memberikan pertanyaan sesuai dengan permasalahan seperti manajemen rantai pasok, manajemen ketersediaan stock yang terkait dengan Ubi Kayu dalam menjalankan usaha serta masalah yang mereka hadapi.

Permasalahan Produksi dengan metode praktik memberikan pelatihan pengolahan variasi Ubi Kayu, Pengemasan dan Pemasaran Ubi Kayu dengan menjadikan Ubi Kayu berbagai produk yang bernilai jual dan mejadi ide usaha.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Waktu, Tempat dan Peserta Sosialisasi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada hari Minggu tanggal 11 Mei 2025 di Desa Umakatahan, Kabupaten Malaka, NTT. Kegiatan dihadiri oleh 3 orang dosen, 2 orang narasumber didukung oleh 2 orang mahasiswa. Peserta pelatihan sebanyak 35 orang, terdiri dari Pengurus dan anggota OMK (Orang Muda Katolik) Desa Umakatahan Kabupaten Malaka). Peserta pengabdian rata-rata berpendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) dan sebagian tamatan Perguruan Tinggi. Karena itu kegiatan sosialisasi ini berjalan sangat lancar, karena ditunjang oleh pendidikan para peserta yang cukup memadai.

2. Sosialisasi dan Pemberian Materi

Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dan sambutan, dilanjutkan dengan penyampaian materi edukasi. Materi utama dalam kegiatan ini membahas pentingnya wirausaha dan nilai tambah produk olahan Ubi Kayu. Peserta diajak berdiskusi secara interaktif mengenai berbagai tantangan yang mereka hadapi, seperti keterbatasan modal, rendahnya pemahaman teknologi, dan kompetisi pasar yang semakin kompleks. Diskusi dilanjutkan dengan pemaparan solusi

praktis yang dapat diterapkan langsung oleh peserta untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing usaha mereka.



Gambar 1. Pemaparan Materi dari Narasumber

Setelah tahap penyuluhan materi dan diskusi selesai, kegiatan dilanjutkan pada tahap berikutnya, yaitu penjelasan contoh produk dari olahan ubi kayu untuk penambahan nilai tambah dari produk awal ubi kayu tersebut. Peserta melakukan pelatihan pengolahan makanan dengan bahan dasar hasil pertanian lokal yang ada di sekitaran Desa Umakatahan Kabupaten Malaka.



Gambar 2. Dokumentasi Bersama Pemateri



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Peserta dan Pemateri

Pada tahap ini peserta diberikan wawasan dan informasi tentang potensi ubi kayu dan sebagai bahan dasar dari beberapa jenis produk makanan yang memiliki nilai jual yang bagus di pasar. Kemudian peserta diberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka, mulai dari tahap pemilihan bahan baku yang baik, tahan pengolahan makanan, cara pengemasan yang baik, dan metode penetapan harga pada produk-produk yang mereka telah buat serta strategi penjualannya.

Di akhir pemaparan, pemateri menyebutkan perlunya pendekatan yang holistik yakni kerjasama dari berbagai pihak untuk membantu Masyarakat khususnya kaum muda dalam Upaya menjadi kaum muda yang berwirausaha dan kreatif. Salah satunya menjadi kaum muda yang bisa menambahkan nilai-nilai produk dari bahan dasar alam yang potensi di daerahnya. Meskipun lebih separuh peserta berminat untuk menjadikan usaha pengolahan produk pertanian lokal tersebut untuk menjadi salah satu sumber pencaharian atau pendapatan, namun untuk menjalankannya masih menghadapi masalah. Masalah utama yang paling dan masih dirasakan adalah masalah modal awal untuk memulainya, karena

kehidupan ekonominya masih sepenuhnya tergantung pada orang tua mereka. Mereka juga sangat mengharapkan dukungan dari pemerintah atau pihak lain untuk menyediakan peralatan dan modal awal, serta pembinaan dan pendampingan secara kontinyu sampai para generasi muda mandiri dalam menjalankan usahanya

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu meningkatkan minat dan pengetahuan generasi muda Desa Umakatahan, khususnya yang tergabung dalam kelompok Orang Muda Khatolik (OMK) untuk mengembangkan usaha pengolahan produk pertanian lokal dalam bentuk bahan mentah menjadi produk agroindustri (produk jadi) sebagai salah satu lapangan kerja sumber pendapatan keluarga. Kegiatan pengolahan produk pertanian, termasuk pengolahan produk pertanian lokal di Desa Umakatahan, tidak hanya diminati oleh generasi muda putri, tapi juga oleh generasi muda putra. Hal ini menandakan adanya terjadi pergeseran jenis pekerjaan yang semula hanya ditekuni oleh kaum wanita, berkembang menjadi pekerjaan semua orang. Meskipun masih dihadapkan pada tantangan akses jalan dan literasi, program ini berhasil memotivasi anak-anak muda untuk lebih profesional dalam mengelola hasil pertanian dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Keberlanjutan program dengan pendekatan berbasis komunitas menjadi penting agar dampak pemberdayaan dapat terus dirasakan, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi keluarga dan komunitas secara berkelanjutan.

REFERENCES

- Efandri A, Indah M dan Adria W. 2022. Pilihan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Kota Jambi. *JUPADAI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (1), 50-58
- Efandri A dan Indah M. 2022. Pentingnya Literasi Keuangan (Financial Literacy) Bagi Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Ditengah Pandemi Covid-19. *Journal of Sustainable Business Hub* 3 (3), 26-32
- Efandri A, Adria WL dan Indah M. 2023. Peningkatan Eksistensi Business Performance UMKM Kota Jambi Dengan Model Entrepreneurial Marketing Strategy. *TIN: Terapan Informatika Nusantara* 4 (7), 438-445
- E Agustian, AW Lastari, I Mutiara
- Andrew, D J. 2008. *Leadership*. Kedua. Jakarta: Prenada Media.
- Maguni, Wahyudin. 2014. "Konsep Pendidikan Kewirausahaan Di Masyarakat Dalam Membangun Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Al Adl*. 7 (Januari 2014): 1.
- Marisi, Efandri A dan Eunike MG. 2025. Pengaruh Rantai Pasok Melalui Strategi Kemitraan Terhadap Kinerja Produksi Kedai Kopi Di Kota Bandung. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 5 (2), 5245-5254
- Masan, C Fanggidae, R Kurniawati, M Bunga, M. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Angkasa Baru Kota Kupang." *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Pless, N M. 2012. "Social Entrepreneurship in Theory and Practice-An Introduction." *Journal of Business Ethics* 111(3):317–320. <https://doi.org/10.1007/s10551-%0A012-1533-x>.
- Pratama, S, and A Efandri. 2022. "Produksi Dan Pemasaran Produk Herbal Kelompok Tani Teman Abadi Di Mudung Laut Kota Jambi." *Prosiding Seminar Nasional Unimus*.

- Sasongko, A. 2023. “Kewirausahaan Sosial Guna Mewujudkan Pemberdayaan Perempuan Purna Pekerja Migran Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Koperasi Wanita Sumber Rejeki Pojok Ngantru Tulungagung).” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2 (1): 74–92.
- Setiawan, Deden, and Sukanti. 2016. “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.” *Jurnal Pro Fita Universitas Negeri Yogyakarta*, no. 7.
- Statistik, Badan Pusat. 2024. “Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Menurut Golongan Umur.”
- Tungga, A, R Fanggidae, M Kurniawati, and P Amtiran. 2023. “Analisis Digital Marketing Dan Kreatif Iklan.” *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Wio, E, C Foenay, M Kurniawati, and R Fanggidae. 2024. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Suzuki Surya Batara Mahkota Kupang.” *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.