

Memberdayakan Generasi Muda Melalui Kompetisi Kewirausahaan: Studi Kasus Tazkia Youth Preneur Competition 2024

Nur Hendrasto^{1*}, Saniatun Nurhasanah², Aminah Nuriyah³, Abdullah Haidar⁴

^{1,2,3}Tazkia Islamic University College

⁴Süleyman Demirel University

*Corresponding author, e-mail: nurhendrasto@tazkia.ac.id.

Abstrak

Kompetisi Tazkia Youth Preneur 2024 diadakan untuk memberdayakan siswa SMA/SMK/MAN di seluruh Indonesia dengan menyediakan platform yang dinamis untuk mengeksplorasi dan mengembangkan produk-produk lokal. Acara ini bertujuan untuk menanamkan kesadaran pada generasi muda tentang pentingnya kontribusi mereka dalam menggerakkan ekonomi regional melalui kewirausahaan. Kompetisi ini secara khas menggabungkan metode pembelajaran berbasis layanan, memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi langsung dengan komunitas lokal, termasuk petani dan pengrajin, sehingga menciptakan kolaborasi yang bermakna dan pengalaman belajar yang aplikatif. Lebih dari sekedar kompetisi, acara ini adalah upaya untuk memperkenalkan dan mengintegrasikan nilai-nilai dan potensi Institut Tazkia sebagai pusat keunggulan dalam pembelajaran dan inovasi wirausaha. Hasil penelitian ini yaitu terdapat Tingkat kepuasan peserta tinggi, banyak yang termotivasi untuk merealisasikan ide bisnis mereka. Peserta akan menerima pelatihan intensif dan materi tentang fundamental kewirausahaan, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan menghadirkan pendekatan yang praktis dan interaktif, Kompetisi Tazkia Youth Preneur 2024 diharapkan dapat memotivasi pemuda Indonesia untuk memanfaatkan potensi mereka sebagai agen perubahan ekonomi yang kreatif dan berdampak.

Kata Kunci: Entrepreneurship; Produk Lokal; SMA; Youthpreneur.

Abstract

We held the 2024 Tazkia Youth Preneur Competition to empower SMA, SMK, and MAN students throughout Indonesia by providing a dynamic platform to explore and develop local products. This event aims to instill awareness in the younger generation about the importance of their contribution to driving the regional economy through entrepreneurship. This competition uniquely integrates service-learning methodology, allowing participants to engage directly with local communities, such as farmers and artisans, fostering impactful collaboration and practical learning experiences. More than just a competition, this event is an effort to introduce and integrate the values and potential of the Tazkia Institute as a center of excellence in entrepreneurial learning and innovation. The results of this study indicate a high level of participant satisfaction, with many feeling motivated to realize their business ideas. Participants will receive intensive training and materials on entrepreneurship fundamentals, product innovation, and effective marketing strategies. The 2024 Tazkia Youth Preneur Competition, through its practical and interactive approach, aims to inspire Indonesian youth to harness their potential as catalysts for innovative and significant economic transformation.

Keywords: Entrepreneurship; Local Products; SMA; Youth Preneur.

How to Cite: Hendrasto, N. et al. (2025). Memberdayakan Generasi Muda Melalui Kompetisi Kewirausahaan: Studi Kasus Tazkia Youth Preneur Competition 2024. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(4), 1206-1217.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

Pendahuluan

"Tazkia Youth Preneur Competition 2024" sangat relevan dengan peran penting generasi muda dalam mengembangkan ekonomi lokal dan masyarakat secara lebih luas. Kompetisi ini bertujuan untuk memberikan platform yang menarik bagi siswa SMA/SMK/MAN untuk berkontribusi dalam pengembangan produk lokal dan memahami betapa vitalnya peran mereka dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

Pemberdayaan pemuda dalam kewirausahaan dapat dilakukan melalui integrasi konsep inkubator bisnis, pembinaan kewirausahaan, dan pengembangan produk lokal. Kualitas kewirausahaan pemuda dapat ditingkatkan dengan adanya inkubator bisnis yang menyediakan program pelatihan dan pendidikan yang relevan, akses ke pendanaan yang memadai, serta bimbingan dari mentor dan pendamping bisnis yang kompeten (Ramadhan, 2023). Dalam konteks pemberdayaan komunitas seperti karang taruna, program inkubasi wirausaha memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM melalui penciptaan produk baru. Inkubator bisnis ini menyediakan fasilitas dan infrastruktur usaha, dukungan manajemen, serta teknologi untuk membantu pemuda mengembangkan bisnis mereka (Purwito et al., 2024).

Pengembangan sektor agribisnis juga menjadi bagian penting untuk pemberdayaan pemuda, terutama untuk memanfaatkan potensi produk lokal. Pemuda diajak untuk mengolah sumber daya yang melimpah, seperti jagung, menjadi produk bernilai tambah yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran. Program ini membekali pemuda dengan keterampilan kewirausahaan berbasis agribisnis, mempersiapkan mereka untuk bersaing di era yang semakin kompetitif, sekaligus mendorong inovasi dalam pengembangan produk lokal (Ibrahim et al., 2024). Pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal, pemberdayaan ini tidak hanya membantu pemuda untuk mengembangkan usaha yang sudah ada, tetapi juga mendorong mereka untuk menciptakan inovasi baru dalam pengolahan produk lokal (Hanifa et al., 2021).

Selain itu terdapat Business Model Canvas (BMC) yang merupakan alat sangat penting dalam dunia pendidikan kewirausahaan, khususnya bagi generasi muda. Sebagai sebuah metode pembelajaran, BMC menawarkan pendekatan yang terstruktur dan praktis untuk memahami elemen-elemen utama dalam membangun dan mengembangkan sebuah bisnis. Penggunaan BMC tidak hanya membantu peserta didik dalam memvisualisasikan ide-ide bisnis mereka, tetapi juga memberikan wawasan mendalam tentang aspek-aspek strategis seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, dan sumber pendapatan (Hendrasto et al., 2024). Pendekatan seperti Business Model Canvas (BMC) sangat relevan untuk membantu pemuda mengasah kemampuan analitis mereka dalam merancang bisnis yang berkelanjutan. Ini memberikan dasar yang kuat untuk memperluas peran pemuda sebagai agen perubahan ekonomi di komunitas mereka (Haidar et al., 2024).

Dalam aspek halal, generasi muda dengan gagasan inovatif, semangat eksplorasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi menjadi penggerak utama dalam menghadirkan solusi yang kreatif dan efisien. Kehadiran mereka memberikan perspektif segar dalam mengembangkan produk, layanan, atau model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar halal yang terus berkembang (Hendrasto et al., 2023).

Pemberdayaan pemuda dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi permasalahan pengangguran di kalangan anak muda. Upaya ini dapat diwujudkan melalui program-program kewirausahaan yang ditujukan bagi pemuda. Namun, berdasarkan hasil analisis, kewirausahaan pemuda belum sepenuhnya efektif dalam menekan angka pengangguran di kelompok angkatan kerja muda. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, pusat pelatihan kerja, dan para pelaku usaha untuk menghadapi tantangan pengangguran tersebut (Suryadi, 2019).

Di berbagai negara, terutama di tingkat daerah, produk lokal memiliki potensi besar untuk menggerakkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi ketergantungan pada impor. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, perlu adanya inovasi dan usaha dari generasi muda. Oleh karena itu, kompetisi ini memungkinkan siswa SMA untuk: (1) Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan, Melalui kompetisi ini, mereka dapat memahami langkah-langkah praktis dalam mengembangkan produk lokal dan memasarkannya. (2) Mengenal Nilai Produk Lokal, Siswa dapat belajar mengenali nilai produk lokal, baik dari segi budaya, ekologi, maupun ekonomi. (3) Menggalang Kolaborasi, Mereka diajak untuk berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal seperti petani, pengrajin, dan pelaku usaha kecil dalam pengembangan produk. (4) Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan, Kompetisi ini dapat memicu minat siswa dalam menjalankan usaha mandiri dan menjadi pengusaha muda yang berdedikasi. (5) Mendorong Kesadaran Sosial, Dengan fokus pada pengembangan produk lokal, siswa juga akan meningkatkan kesadaran sosial mereka terhadap masyarakat sekitar dan bagaimana usaha mereka dapat memberikan dampak positif.

Tujuan dari "Tazkia Youth Preneur Competition 2024" adalah untuk menginspirasi generasi muda dengan memotivasi siswa SMA/SMK/MAN agar lebih berani menjalankan peran mereka sebagai agen perubahan ekonomi di lingkungan lokal dan masyarakat. Kompetisi ini bertujuan mendorong kewirausahaan dengan merangsang minat dan semangat kewirausahaan di kalangan siswa, serta membantu mereka memahami pentingnya berwirausaha dalam pembangunan ekonomi. Selain itu, kompetisi ini berfokus pada pengembangan produk lokal, mendorong siswa untuk mengembangkan dan memasarkan produk lokal yang memiliki nilai tambah dan berkelanjutan bagi ekonomi daerah. Pemberdayaan masyarakat juga menjadi tujuan utama, di mana siswa diberdayakan untuk berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal seperti petani, pengrajin, dan pelaku usaha kecil dalam mengembangkan produk lokal. Kompetisi ini juga memberikan pendidikan ekonomi praktis yang dapat membantu siswa memahami konsep-konsep bisnis dunia nyata, serta menyediakan pemahaman awal tentang peluang karir di bidang kewirausahaan dan pengembangan produk lokal. Selain itu, kompetisi ini bertujuan untuk memperkenalkan IAI Tazkia sebagai bentuk promosi kepada siswa SMA/SMK/MAN.

Kompetisi ini memberikan pelatihan intensif melalui bootcamp dan seminar yang dirancang untuk meningkatkan literasi kewirausahaan di kalangan siswa. Program ini mempromosikan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), yang tidak hanya menekankan teori, tetapi juga aplikasi praktis. Dengan fokus pada topik seperti Business Model Canvas, manajemen keuangan, dan inovasi teknologi, kompetisi ini memperkaya keterampilan peserta dan membantu mereka memahami serta menerapkan konsep bisnis di dunia nyata. Hal ini selaras dengan target SDG 4 untuk memastikan pendidikan yang inklusif, merata, dan berkualitas bagi semua. Kompetisi ini tidak hanya membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mendorong mereka untuk berkontribusi dalam membangun ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis komunitas. Dengan demikian, Tazkia Youth Preneur Competition menjadi langkah nyata dalam mendukung pencapaian SDGs di tingkat lokal dan nasional, serta memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk belajar, berinovasi, dan berpartisipasi dalam memajukan perekonomian lokal. Kompetisi ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang sangat bermanfaat dalam menginspirasi siswa SMA/MA/MAN untuk menjadi agen perubahan ekonomi di daerah mereka.

Berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV), keunggulan kompetitif perusahaan diciptakan dari sumber daya yang unik yang dapat berupa keterampilan manajemen, nilai pengetahuan, proses organisasi, unik, tidak dapat ditiru, dan non substitutable (Barney, 1991). Kompetensi kewirausahaan termasuk dari sumber daya penting tersebut. Secara luas kewirausahaan dimaknai sebagai salah satu poros dalam pertumbuhan ekonomi (Roblesa, 2015). Selanjutnya, pengembangan budaya kewirausahaan di dalam Masyarakat menjadi pondasi dalam Pembangunan ekonomi dan sosial sehingga dapat meningkatkan daya saing suatu negara (Roblesa & Rodriguez, 2015). Kompetensi menjadi salah satu faktor penting dalam kesuksesan seorang wirausaha, dan hal tersebut dapat mempengaruhi secara langsung terhadap keberhasilan kinerja usaha (Camuffo et al., 2012).

Kemampuan, kreativitas, imajinasi, pengetahuan, dan pintar membaca peluang menjadi faktor penting lainnya yang juga mempengaruhi keberhasilan usaha dan beberapa komponen tersebut dapat mendorong dalam penciptaan kekayaan dalam berwirausaha (Zahra et al., 2009). Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha (Barazandeh et al., 2015; Pamela et al., 2016; Ahmad et al., 2018).

Pengetahuan, sikap, serta keterampilan merupakan bagian dari kompetensi kewirausahaan yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Ketiga komponen tersebut perlu dikembangkan agar dapat menghasilkan kinerja terbaik dalam menjalankan usahanya (Zuhriyah et al., 2013).

Jika ditinjau secara umum, kompetensi dapat dikategorikan menjadi pengetahuan, keterampilan, dan karakteristik (Man et al., 2002). Disamping itu Kraus et al., (2012) mengategorikan kompetensi kewirausahaan menjadi dua konstruksi, diantaranya 1) keterampilan kewirausahaan yang diukur dengan kemampuan dan peluang yang dirasakan, dan 2) kepribadian kewirausahaan.

Kemudian Ahmad et al., (2018) menjelaskan bahwa jika diambil dari literatur manajemen, terdapat empat aspek penting dari kompetensi, diantaranya: (1) Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan: Melalui kompetisi ini, mereka dapat memahami langkah-langkah praktis dalam mengembangkan produk lokal dan memasarkannya. (2) Mengetahui Nilai Produk Lokal: Siswa dapat belajar mengenali nilai produk lokal, baik dari segi budaya, ekologi, maupun ekonomi. (3) Menggalang Kolaborasi: Mereka diajak untuk berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal seperti petani, pengrajin, dan pelaku usaha kecil dalam pengembangan produk. (4) Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan: Kompetisi ini dapat memicu minat siswa dalam menjalankan usaha mandiri dan menjadi pengusaha muda yang berdedikasi. (5) Mendorong Kesadaran Sosial: Dengan fokus pada pengembangan produk lokal, siswa juga akan meningkatkan kesadaran sosial mereka terhadap masyarakat sekitar dan bagaimana usaha mereka dapat memberikan dampak positif.

Kompetisi ini memberikan pelatihan intensif melalui bootcamp dan seminar yang dirancang untuk meningkatkan literasi kewirausahaan di kalangan siswa SMA/SMK/MA. Program ini mempromosikan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), yang tidak hanya menekankan pada teori, tetapi juga pada aplikasi praktis. Dengan fokus pada topik seperti Business Model Canvas, manajemen keuangan, dan inovasi teknologi, kompetisi ini memperkaya keterampilan peserta, membantu mereka memahami dan menerapkan konsep bisnis di dunia nyata. Hal ini selaras dengan target SDG 4 untuk memastikan pendidikan yang inklusif, merata, dan berkualitas bagi semua. Kompetisi ini tidak hanya membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mendorong mereka untuk berkontribusi dalam membangun ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis komunitas. Dengan demikian, Tazkia Youth Preneur Competition menjadi salah satu langkah nyata dalam mendukung pencapaian SDGs di tingkat lokal dan nasional.

Penting untuk memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk belajar, berinovasi, dan berpartisipasi dalam memajukan perekonomian lokal. Kompetisi seperti "Tazkia Youth Preneur Competition 2024" dapat menjadi langkah awal yang sangat bermanfaat dalam menginspirasi siswa SMA/MA/MAN untuk menjadi agen perubahan ekonomi di daerah mereka.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial dan kontribusi intelektual yang penting dalam mendukung pembangunan bangsa. Salah satu cara yang efektif untuk mengimplementasikannya adalah melalui metode seminar yang diadaptasi dengan kebutuhan zaman, yakni *service learning*. Dalam konteks ini, seminar bukan hanya berfungsi sebagai media penyampaian ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat, khususnya generasi muda dalam memecahkan masalah riil yang ada di sekitar mereka. Di era digital yang terus berkembang pesat ini, pemahaman mengenai dunia bisnis menjadi hal yang sangat penting, terutama bagi siswa SMA/MA/SMK, yang merupakan calon pemimpin dan pengusaha masa depan. Mereka akan memainkan peran yang sangat vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia di masa depan.

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui seminar, khususnya dalam bentuk *bootcamp*, memberikan platform bagi generasi muda untuk tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga untuk mengembangkan keterampilan praktis yang bisa langsung diterapkan di dunia bisnis nyata. Melalui pelatihan intensif yang diberikan oleh para ahli di bidangnya, peserta diajak untuk menggali berbagai aspek penting dalam dunia bisnis, mulai dari dasar kewirausahaan, pengembangan produk, hingga strategi bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Dengan menggelar *bootcamp* setiap Sabtu, kegiatan ini memberikan kesempatan bagi siswa dari berbagai sekolah di Indonesia untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai dunia bisnis. Para peserta belajar dari narasumber berkompeten seperti Dr. Nur Hendrasto yang mengajarkan pentingnya memiliki mindset kewirausahaan, serta Husni Farid Abdat yang menjelaskan tentang aspek legalitas dalam berbisnis. Selain itu, berbagai topik penting lainnya seperti *Business Model Canvas*, *Inovasi Teknologi dalam Bisnis*, dan *Manajemen Keuangan* disampaikan untuk melengkapi pemahaman peserta tentang berbagai aspek yang mendasari bisnis yang sukses.

Salah satu keunggulan dari *bootcamp* ini adalah kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi langsung dengan para ahli dan praktisi di bidang bisnis. Misalnya, peserta dapat berbicara langsung dengan CEO Banoo Indonesia mengenai inovasi dalam bisnis atau mendiskusikan strategi pemasaran digital dengan Kepala Bagian Inovasi IAI Tazkia. Interaksi langsung ini tidak hanya menambah wawasan teoretis, tetapi juga memberikan gambaran praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Hal ini memberikan nilai tambah bagi peserta, yang dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut dalam mengembangkan usaha atau memahami cara kerja dunia bisnis yang sesungguhnya.

Selain itu, kegiatan ini juga dirancang dengan format yang fleksibel, mengingat seminar dilakukan di akhir pekan. Hal ini memungkinkan siswa untuk tetap fokus pada kegiatan belajar mereka di hari kerja, sambil memperkaya diri dengan ilmu bisnis yang relevan dan aplikatif pada saat waktu luang mereka. Kegiatan *bootcamp* ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mengajarkan pentingnya pengelolaan waktu yang efektif, yang sangat penting dalam dunia bisnis yang serba cepat.

Dengan adanya target yang spesifik, yaitu 10 orang finalis, maka kualitas interaksi dan diskusi dalam setiap sesi tetap terjaga. Keberadaan finalis ini bertujuan untuk memastikan bahwa diskusi yang berlangsung memiliki kedalaman yang cukup dan peserta dapat memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam dan aplikatif. *Bootcamp* ini bukan hanya sekadar kegiatan rutin, tetapi juga merupakan upaya nyata dalam mempersiapkan generasi muda Indonesia yang kompeten, inovatif, dan siap menghadapi tantangan dunia bisnis di masa depan.

Metode pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada pemberian informasi kepada peserta, tetapi juga mengedepankan pemecahan masalah yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Dengan melibatkan siswa dalam kompetisi yang mengusung tema “Peran Generasi Muda dalam Membangun Perekonomian Masyarakat Melalui Pengembangan Produk Lokal”, mereka dilibatkan langsung dalam mencari solusi atas masalah yang dihadapi oleh masyarakat, seperti pengembangan produk lokal dan pemasaran yang efektif. Hal ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengaplikasikan teori-teori bisnis yang telah mereka pelajari dan mengubahnya menjadi kontribusi praktis bagi masyarakat.

Program ini juga bertujuan untuk mengatasi masalah ketimpangan pengetahuan dan keterampilan di kalangan generasi muda, terutama di daerah yang masih kekurangan akses terhadap pendidikan kewirausahaan yang berkualitas. Dengan mengadakan *bootcamp* di berbagai tempat, termasuk secara virtual dan offline, program ini menjangkau lebih banyak peserta dari berbagai latar belakang, sehingga lebih inklusif dan memperluas dampaknya. Ke depan, perluasan jangkauan dan peningkatan kolaborasi dengan lebih banyak pihak terkait dapat semakin memperkuat dampak program ini terhadap pengembangan kewirausahaan di Indonesia.

Sebagai hasilnya, metode *service learning* ini dapat menjadi sarana yang efektif dalam membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran generasi muda dalam perekonomian dan membantu mereka mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan mengelola usaha, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Tazkia Youthpreneur Competition 2024 berhasil diselenggarakan dengan pencapaian yang melampaui target awal. Setiap rangkaian kegiatan yang terdiri dari seminar internasional, *bootcamp*, kompetisi *business plan*, dan seminar nasional, tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi ekspektasi jumlah peserta yang ditetapkan. Adapun kegiatan yang paling menonjol adalah kompetisi *business plan* yang diikuti oleh 43 tim dari berbagai SMA di seluruh Indonesia, serta seminar internasional yang berhasil menarik lebih dari 150 peserta. Selain itu, jumlah peserta seminar nasional dan *bootcamp* juga melampaui target yang telah ditentukan. Proses seleksi yang ketat menghasilkan 10 finalis terbaik yang berhasil mempresentasikan hasil *business plan* mereka. Keberhasilan ini mencerminkan tingginya minat dan antusiasme generasi muda, khususnya siswa SMA, terhadap kegiatan yang mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kreativitas dalam memecahkan masalah riil masyarakat. Berikut adalah daftar pemenang dari Tazkia Youthpreneur Competition 2024:

Daftar Pemenang

Tabel 1. Daftar Pemenang Tazkia Youth Preneur 2024

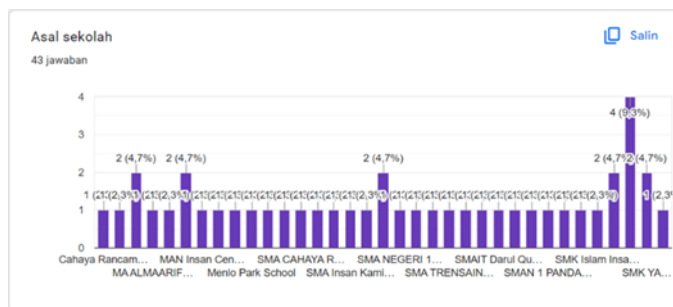
Peringkat	Nama Tim	Nama Anggota	Asal Sekolah
Juara I	PUPOK	Rahma Mutiara Cantika Naja Adira Khoerunnisa Intan Rizki Novianti	MA Persis Tarogong
Juara II	Ikanku	Ahmad Fadhil Rizki Adinda Kirania Istafada Ibrahimovic Dordia Azizi	SMAN 1 Lamongan

Juara III	Freedom Squad	Muhammad Evan Winata Muhammad Adam Fakhri Arsyal Vina Hannaini Rahma	SMAN 1 Gresik	Manyar
Juara Harapan I	TerLokal	Salsabila Adinda Aqila Ainayya Zhafirah Madeleine Ceri	SMAS Bekasi	Metropolitan
Juara Harapan II	Cendekia Muda	Nabilla Wifaq Dirsih Fiya Al-Mughni Talita Ihsan Bin Mohamed Ramdzan	MAN Siak	Insan Cendekia
Juara Harapan III	SANALA	Nataya Alpen Permatasari Sarah Shantika Alamanda Saroja Ariani Putri	SMA Kesatuan Bangsa	

Statistik Peserta

Jumlah Pendaftar TYC

Total pendaftar Business Plan Competition adalah berjumlah 43 tim yang berasal dari SMA/SMK/ sederajat di seluruh Indonesia.



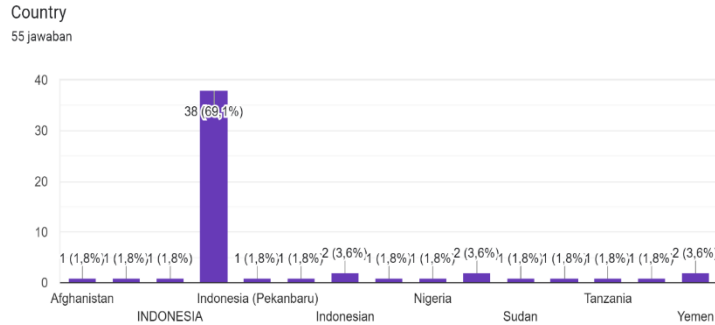
Gambar 2. Jumlah Pendaftar Business Plan Competition



Gambar 3. Poster Kompetisi Business Plan

Pendaftar Seminar Internasional

Total pendaftar Seminar Internasional ialah berjumlah 55 orang yaitu 90.9 % adalah mahasiswa 9,1 % adalah Umum yang berasal dari Indonesia, Afghanistan, Tanzania, Nigeria, Turkmenistan, Yaman, Sudan, Pakistan, Malaysia, dan Taiwan.



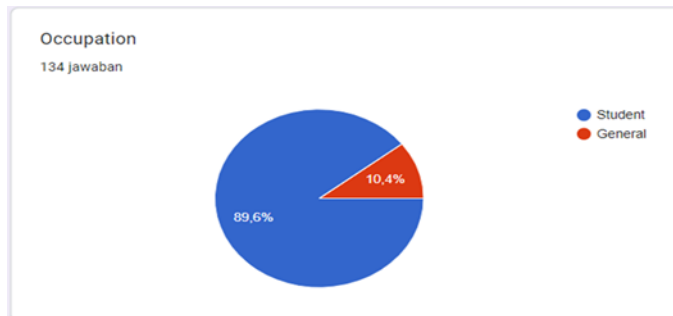
Gambar 4. Jumlah Pendaftar pendaftar Seminar Internasional



Gambar 5. Poster Seminar Internasional

Pendaftar Seminar Nasional

Total pendaftar seminar Nasional Tazkia Youthpreneur ialah berjumlah 134 orang, yang terdiri dari 120 pelajar/mahasiswa dan 14 umum.



Gambar 6. Jumlah Pendaftar Seminar Nasional

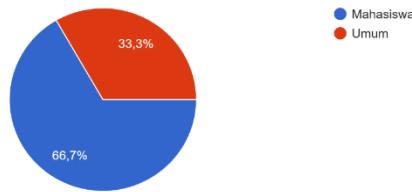


Gambar 7. Poster Seminar Nasional

Pendaftar Bootcamp

Total pendaftar bootcamp terdiri dari 12 orang ialah 8 mahasiswa dan 4 umum.

Pekerjaan
12 jawaban



Gambar 8. Jumlah Pendaftar Bootcamp

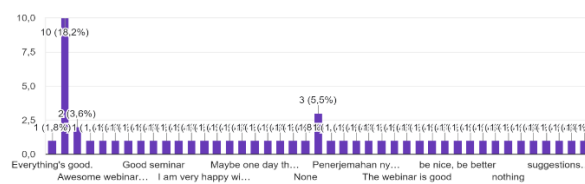


Gambar 9. Poster Boot Camp

Feedback Dari Peserta & Penonton

Feedback Seminar

Criticism and suggestions
55 jawaban



Gambar 10. Feedback Seminar

Kritik Perlombaan

Kritik yang diterima peserta mencerminkan beberapa tantangan penting dalam pelaksanaan Tazkia Youth Preneur Competition 2024, terutama pada aspek logistik dan pengalaman keseluruhan selama acara. Salah satu isu utama adalah terkait porsi makanan yang dirasakan kurang, meskipun kualitas makanan dianggap baik. Permasalahan ini mengindikasikan perlunya perencanaan yang lebih matang dalam hal penyediaan konsumsi, mengingat pentingnya makanan sebagai penunjang kenyamanan peserta. Selain itu, kondisi penginapan menjadi perhatian serius. Kamar yang kotor, ketiadaan alat kebersihan seperti sapu, dan keberadaan nyamuk serta kecoa menurunkan kenyamanan peserta selama menginap. Hal ini menunjukkan perlunya standar kebersihan yang lebih tinggi dan pengendalian hama yang lebih baik.

Masalah lain muncul dalam aspek penjadwalan dan efisiensi kegiatan. Terdapat keluhan terkait keterlambatan pelaksanaan acara dibandingkan rundown yang telah direncanakan, serta jadwal makan siang yang terlalu siang pada hari-hari dengan kegiatan padat. Di sisi lain, field trip ke destinasi seperti mall dinilai kurang memberikan nilai edukatif dan tidak relevan dengan tema kewirausahaan. Peserta menyarankan agar destinasi field trip diganti ke aktivitas yang lebih bermanfaat secara edukasi. Kendala transportasi juga disoroti, terutama kondisi kendaraan yang panas dan kurang nyaman, sehingga menyulitkan perjalanan para peserta. Masalah lokasi kegiatan yang dinilai kurang efisien, dengan perjalanan bolak-balik yang memakan waktu, turut memperburuk pengalaman peserta.

Untuk memperbaiki hal-hal tersebut di masa depan, penyelenggara berencana meningkatkan kualitas logistik dan operasional acara. Langkah-langkah yang direncanakan meliputi peningkatan standar penyediaan konsumsi dengan memastikan jumlah porsi yang cukup untuk semua peserta. Penginapan juga akan ditingkatkan dengan melakukan inspeksi kebersihan sebelum digunakan, menyediakan alat kebersihan yang memadai, dan melakukan pengendalian hama sebelum acara dimulai. Dalam aspek penjadwalan, penyelenggara akan menyusun waktu kegiatan dengan lebih fleksibel untuk menghindari keterlambatan, sekaligus memastikan waktu makan lebih sesuai dengan kebutuhan peserta. Untuk field trip, destinasi akan dirancang ulang agar lebih relevan dengan tema kewirausahaan, seperti kunjungan ke pusat inovasi atau workshop kreatif. Selain itu, penyelenggara akan memastikan transportasi yang nyaman dengan memilih kendaraan ber-AC dan rute perjalanan yang efisien untuk meminimalkan waktu perjalanan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pengalaman peserta akan meningkat secara signifikan pada pelaksanaan acara mendatang.

Evaluasi Pelaksanaan

Kesuksesan Acara

Kegiatan Tazkia Youthpreneur Competition berjalan dengan baik dan lancar dengan dihadiri oleh lebih dari 30 finalis dari berbagai SMA se Indonesia. Rangkaian kegiatan dimulai sejak Januari 2024 yang diawali dengan seminar internasional dan bootcamp selama 4 pekan. Para peserta sangat antusias dan puas dengan materi yang disampaikan oleh para narasumber. Kegiatan berlangsung hingga Maret 2024 dimana para peserta dari berbagai SMA di Indonesia disaring dan kemudian didapat 10 finalis terbaik yang berhak untuk mempresentasikan hasil Business Plan nya langsung di Institut Agama Tazkia Bogor. Kegiatan berlangsung selama 2 hari sejak tanggal 4 Maret 2024 - 5 Maret 2024. Acara berjalan dengan lancar dan meriah yang diselingi dengan field trip ke beberapa tempat di Bogor.



Gambar 11. Dokumentasi Kegiatan

Hasil survei pasca-kegiatan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta terhadap materi yang disampaikan, khususnya terkait Business Model Canvas dan market research. Sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri untuk memulai dan mengelola bisnis mereka sendiri setelah mengikuti kompetisi ini. Beberapa peserta bahkan menyebutkan bahwa mereka telah mulai merealisasikan rencana bisnis yang mereka kembangkan selama kompetisi. Selain itu, kolaborasi dengan sesama peserta dari berbagai daerah menciptakan jejaring sosial yang mendukung semangat mereka untuk terus belajar dan berinovasi.

Dampak positif juga dirasakan dalam aspek edukasi kewirausahaan berbasis lokal. Peserta menyatakan bahwa program ini membantu mereka lebih menghargai potensi produk lokal sebagai sumber

daya yang dapat dikembangkan menjadi usaha bernilai tambah. Kegiatan ini berhasil menanamkan kesadaran akan pentingnya kontribusi mereka dalam mendukung ekonomi daerah melalui pengembangan produk-produk khas yang inovatif dan berkelanjutan. Testimoni ini menunjukkan bahwa Tazkia Youth Preneur Competition tidak hanya menjadi platform kompetisi, tetapi juga alat pemberdayaan yang efektif bagi generasi muda dalam mempersiapkan mereka menjadi agen perubahan ekonomi di masa depan. Secara keseluruhan acara Tazkia Youthpreneur Competition dapat dikatakan sukses besar. Terima kasih kepada para peserta, sponsor, panitia, serta pihak yang terkait telah mendukung terselenggaranya acara ini. Kami berharap acara ini dapat menjadi inspirasi bagi penyelenggaraan kegiatan serupa untuk menumbuhkan bakat dan kreativitas generasi muda.

Tantangan dan Hambatan

Penyelenggaraan kegiatan Tazkia Youthpreneur Competition 2024 menghadapi beberapa tantangan dan hambatan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan anggaran. Panitia harus berusaha dalam mencari sponsor dan mengelola dana yang tersedia dengan bijak. Selain itu, waktu persiapan yang singkat ditengah kesibukan menjadi kendala dalam mengundang pembicara, mempromosikan acara dan lain sebagainya.

Meskipun terdapat beberapa hambatan, panitia berhasil mengatasinya dengan kerja keras dan kerjasama yang baik. Panitia berhasil mendapatkan sponsor dari beberapa perusahaan besar dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait. Selain itu, panitia memanfaatkan media sosial dan platform online lainnya untuk mempromosikan acara secara efektif.

Secara keseluruhan, acara Tazkia Youthpreneur Competition dapat dikatakan sukses meskipun terdapat beberapa tantangan dan hambatan. Panitia berhasil menghadirkan pembicara berkualitas dan menarik minat banyak peserta. Acara ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam membangun ekonomi kreatif di era digital.

Pelajaran yang Dipetik

Acara Tazkia Youthpreneur memberikan banyak pelajaran berharga. Perencanaan dan persiapan yang matang sangatlah penting untuk memastikan kelancaran acara. Persiapan yang matang membantu kami dalam mengidentifikasi potensi masalah dan mengatasinya dengan solusi yang tepat.



Gambar 12. Dokumentasi Kegiatan

Selanjutnya kerjasama tim yang solid dan komunikasi yang efektif merupakan kunci utama dalam mencapai tujuan acara. Panitia bekerja sama dengan baik dan berkomunikasi secara terbuka untuk menyelesaikan tugas dan mengatasi berbagai hambatan. Panitia belajar bahwa fleksibilitas dan kemampuan adaptasi sangatlah penting dalam menghadapi situasi yang tidak terduga. Contohnya, saat terjadi gangguan teknis pada sound system dan akomodasi, panitia dengan cepat mencari solusi alternatif dan berhasil menyelesaikan masalah tersebut tanpa mengganggu kelancaran acara.

Secara keseluruhan, acara Tazkia Youthpreneur Competition 2024 memberikan banyak pelajaran berharga bagi kami. Kami akan menerapkan pelajaran-pelajaran tersebut dalam penyelenggaraan acara di masa depan untuk meningkatkan kualitas dan mencapai hasil yang lebih baik.

Saran Jangka Panjang

Tazkia Youth Preneur Competition 2024 memiliki potensi besar untuk menjadi model pemberdayaan pemuda yang berkelanjutan di bidang kewirausahaan dan pengembangan ekonomi lokal. Kegiatan ini menggabungkan pelatihan intensif, seperti Business Model Canvas, manajemen keuangan, dan inovasi teknologi, dengan penerapan langsung melalui kompetisi dan field trip. Pendekatan ini menciptakan pengalaman belajar berbasis praktik yang tidak hanya memberikan pemahaman teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang relevan. Fokus pada pengembangan produk lokal memungkinkan peserta untuk memahami nilai ekonomi, sosial, dan budaya produk di komunitas mereka, sekaligus menjalin kolaborasi dengan petani, pengrajin, dan pelaku UMKM untuk mendukung inovasi produk lokal secara berkelanjutan.

Selain itu, kompetisi ini melibatkan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti lembaga pendidikan, perusahaan sponsor, dan ahli kewirausahaan, yang memperkuat jaringan dan menyediakan sumber daya tambahan. Pemanfaatan teknologi, seperti e-learning dan media sosial, memperluas akses pelatihan hingga ke daerah terpencil, meningkatkan inklusi bagi lebih banyak pemuda. Program ini juga menerapkan siklus evaluasi yang berkesinambungan, menggunakan feedback peserta untuk menyempurnakan kegiatan mendatang, sehingga kualitasnya terus meningkat.

Dengan dampak jangka panjang yang dihasilkan, program ini tidak hanya memotivasi peserta untuk memulai bisnis nyata, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru dan membentuk komunitas alumni yang dapat berperan sebagai mentor bagi generasi berikutnya. Dengan elemen-elemen tersebut, Tazkia Youth Preneur Competition dapat direplikasi dan diadaptasi di berbagai daerah untuk memaksimalkan potensi pemuda dalam membangun ekonomi lokal yang inovatif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Tazkia Youthpreneur Competition 2024 berhasil diselenggarakan dengan pencapaian yang melampaui target awal. Setiap rangkaian kegiatan yang terdiri dari seminar internasional, bootcamp, business plan competition, dan seminar nasional, tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi ekspektasi jumlah peserta yang ditetapkan. Keberhasilan ini mencerminkan tingginya minat dan antusiasme generasi muda, khususnya siswa SMA, terhadap kegiatan yang mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kreativitas dalam memecahkan masalah riil masyarakat. Melalui serangkaian kegiatan ini, Tazkia Youthpreneur Competition bertujuan untuk memberikan edukasi kewirausahaan kepada generasi muda, menanamkan nilai-nilai kewirausahaan berkelanjutan, serta mendorong mereka untuk mengembangkan solusi inovatif yang dapat berkontribusi pada pengembangan produk lokal dan pertumbuhan ekonomi daerah. Kompetisi ini berhasil mengasah kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan kolaborasi peserta, serta memberikan pengalaman berharga yang dapat menjadi bekal penting bagi mereka dalam memasuki dunia bisnis dan berkontribusi aktif di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ahmad, N. H., Y. 7 Suseno, P.. (2018). *Entrepreneurial Competencies And Firm Performance In Emerging Economies: A Study Of Women Entrepreneurs in Malaysia*. Springer International Publishing.
- Barazandeh, M., K. Parvizian, M. & Alizadeh, A. (2015). Investigating The Effect Of Entrepreneurial Competencies On Business Performance Among Early Stage Entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 Survey Data). *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(18), 1–12.
- Barney, J. (1991). Firm Resources And Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–121.
- Bridwell, B. (2013). Active Citizenship, Education And Service Learning” Dalam Education, Citizenship And Social Justice. *Citizenship And Social Justice*, 8(2), 185–199.
- Camuffo, A., F. & Gerli, G. (2012). Competencies Matter: Modeling Effective Entrepreneurship In Northeast Of Italy Small Firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48–66.
- Gerholz, K. H., & Wagner, A. (2022). Design-Based Research–Grounding, Understanding And Empirical Illustration In The Context Of Vocational Education. in *Methods For Researching Professional Learning And Development: Challenges, Applications And Empirical Illustrations*. Cham: Springer International Publishing., 513–534.
- Haidar, A., Hendrasto, N., Ekarici, B. J., & Chairiyati, F. (2024). Analisis SWOT BUMDes Rahayu dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Desa Montong Gamang Lombok Tengah. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 9(1), 13-25.
- Hanifa, N., Rachmawati, L., & Cahyono, H. (2021). Pengembangan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal Untuk Pemberdayaan Pemuda di Desa Binaan Pamekasan. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 91–98. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v1i2.500>
- Heffernan, K. (2001). Service-Learning in Higher Education. *Journal Of Contemporary Water Research And Education*, 119(1), 2.
- Hendrasto, Nur; Chairiyati, Fauziah; Haidar, Abdullah; Herindar, Evania; Rehman, H. M. (2024). The Impact of Knowledge About Business Model Canvas (Bmc) on Entrepreneurial Interest Of Young Generation in Jabodetabek. *Indonesian Journal of Business & Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.146>

-
- Hendrasto, N., Nuriyah, A., Nurhasanah, S., Haidar, A., & Maulida, S. (2023). Youth Strategies In Economic Empowerment. *Tamkin Jurnal Pemberdayaan Tazkia*, 2(1), 24–33. <https://doi.org/10.30993/tamkin.v2i1.320>
- Rahmatiah, R., Ibrahim, R., Arrazaq, N. R., Tui, F. P. D., Choirully, R., & Hariana, H. (2024). Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Pendidikan Kewirausahaan Untuk Membangun Usaha Baru Berbasis Produk Olahan Jagung. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 325–331.
- Kraus, S., J. P. C. Rigtering, M. & Hughes, J. (2012). Entrepreneurial Orientation And The Business Performance Of Smes: A Quantitative Study From The Netherlands. *Review Managerial Science*, 6(2), 161–182.
- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of business venturing*, 17(2), 123–142.
- Pamela, P., Pambudy, R., & Winandi, R. (2016). Kompetensi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha peternak sapi perah pujon, Malang. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 4(1), 57–66.
- Purwito, L., Widayawari, M., Wirausaha, I., & Taruna, K. (2024). Pengembangan Umkm Melalui Program Inkubasi. *Journal, Communnity Development*, 5(5), 10207–10215.
- Ramadhan, S. (2023). Menggalang Kerjasama Kewirausahaan Pemuda Dalam Pembangunan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA 2(2)*, 121–126.
- Roblesa, L. (2015). Key Competencies For Entrepreneurship. *Procedia Economics And Finance*, 23, 828–832.
- Suryadi. (2019). Kewirausahaan Dan Pemberdayaan Pemuda Dalam Mengurangi Pengangguran. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 14(1), 559941. <https://www.neliti.com/publications/559941/>
- Zahra, S. A., I. (2009). How Do Threshold Firms Sustain Corporate Entrepreneurship? The Role Of Boards And Absorptive Capacity. *Journal Of Business Venturing*, 24, 248–260.
- Zuhriyah, E., R. & Murniningsih, M. (2013). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Perusahaan (Kasus Pada Umkm Pahat Batu di Muntilan). Universitas Muhammadiyah Makassar.