Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page 13214-13220

Optimalisasi Bisnis Wirausaha Muda Melalui Sinergitas Pemasaran, Keuangan, dan SDM

Novaline C Lewaherilla[1], Restia Christianty[2], Merry M Pelupessy[3],Nurul Maghfirah[4], Semuel Souhoka[5], Sabda Aji Kurniawan[6], Johanis Hiariey[7]
[1,2,3,4,5,6,7]Universitas Pattimura
Corresponding Author: Winda Fashihah, E-Mail: novalewaherilla21@gmail.com

Published: Oktober, 2025

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas wirausaha muda melalui sinergitas antara aspek pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM). Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan aplikatif melalui tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam penerapan strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan pengelolaan SDM berbasis tim. Peserta mampu menerapkan hasil pelatihan ke dalam praktik usaha, yang berdampak pada peningkatan efisiensi dan kinerja bisnis. Selain itu, terbentuknya komunitas wirausaha muda binaan menjadi langkah strategis untuk memperkuat jejaring dan keberlanjutan program.

Kata Kunci: Wirausaha Muda, Pemasaran Digital, Keuangan, SDM, Sinergitas Bisnis.

ABSTRACT

This community service activity aims to improve the capacity of young entrepreneurs through synergy between marketing, finance, and human resources (HR). The method used is a participatory and applied approach through problem identification, training, mentoring, and evaluation. The results of the activity demonstrated significant improvements in participants' skills in implementing digital marketing strategies, simple financial record keeping, and team-based HR management. Participants were able to apply the training findings to their business practices, resulting in improved efficiency and performance. Furthermore, the establishment of a community of fostered young entrepreneurs is a strategic step towards strengthening the program's network and sustainability.

Keywords: Young Entrepreneurs, Digital Marketing, Finance, HR, Business Synergy.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Wirausaha muda memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan inovasi di berbagai sektor. Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kemampuan wirausaha muda untuk beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Namun, banyak wirausaha muda yang masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM), yang berdampak pada kurang optimalnya kinerja usaha (Suryana, 2013; Zimmerer & Scarborough, 2008). Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu bisnis sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar dan menerapkan strategi

pemasaran yang tepat. Dalam konteks wirausaha muda, strategi pemasaran sering kali belum terarah dan kurang berbasis data, sehingga promosi produk tidak mencapai sasaran yang optimal. Penelitian Hidayat & Santoso (2020) menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan penjualan usaha mikro dan kecil hingga 35%, karena pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana utama pemasaran.

Dari sisi keuangan, kemampuan pengelolaan keuangan yang baik menjadi prasyarat utama keberlanjutan usaha. Kasmir (2018) menegaskan bahwa literasi keuangan mencakup kemampuan mengelola arus kas, membuat laporan keuangan, serta melakukan perencanaan investasi. Banyak wirausaha muda yang belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang rapi, sehingga sulit untuk mengevaluasi kinerja bisnis atau mengakses pembiayaan eksternal. Penelitian Lusardi & Mitchell (2014) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah berhubungan langsung dengan rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam membuat keputusan bisnis yang rasional.

Sementara itu, aspek sumber daya manusia (SDM) juga memainkan peran krusial dalam kesuksesan usaha. Menurut Hasibuan (2019), manajemen SDM yang efektif mencakup proses rekrutmen, pelatihan, motivasi, dan evaluasi kinerja yang berkesinambungan. Tanpa pengelolaan SDM yang baik, produktivitas dan inovasi dalam organisasi sulit berkembang. Penelitian oleh Putri dan Rachman (2021) menemukan bahwa pelatihan SDM berbasis soft skill dan leadership berkontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas karyawan pada usaha rintisan (startup) yang dikelola oleh wirausaha muda.

Ketiga aspek tersebut pemasaran, keuangan, dan SDM sesungguhnya tidak dapat dipisahkan. Menurut teori Resource-Based View (Barney, 1991), keunggulan bersaing yang berkelanjutan akan tercapai jika organisasi mampu memanfaatkan sumber daya internalnya secara sinergis dan strategis. Dalam konteks wirausaha muda, sinergitas antara strategi pemasaran yang efektif, manajemen keuangan yang sehat, dan pengelolaan SDM yang adaptif dapat menciptakan daya saing yang kuat dan meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Sejalan dengan itu, penelitian Setiawan et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan terpadu yang mengombinasikan pelatihan pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, dan pengembangan SDM berhasil meningkatkan omzet pelaku usaha muda binaan hingga 42% dalam enam bulan. Hasil serupa diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat oleh Ramdani dan Lestari (2021) di Kabupaten Sleman, yang menunjukkan peningkatan kemampuan wirausaha muda dalam membuat laporan keuangan dan memperluas jaringan pemasaran melalui media digital setelah mengikuti program pendampingan terpadu.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *"Optimalisasi Bisnis Wirausaha Muda melalui Sinergitas Pemasaran, Keuangan, dan SDM"* memiliki urgensi yang tinggi. Program ini bertujuan untuk memberdayakan wirausaha muda agar mampu menerapkan strategi bisnis yang terintegrasi dan berbasis data, meningkatkan literasi keuangan, serta mengembangkan kemampuan manajerial SDM.

Pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih produktif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Lebih jauh, kegiatan ini juga merupakan implementasi nyata dari peran perguruan tinggi dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat. Melalui pelatihan, pendampingan, dan transfer pengetahuan, perguruan tinggi berkontribusi dalam memperkuat kapasitas kewirausahaan muda lokal sehingga mampu bersaing di era ekonomi digital. Dengan demikian, sinergitas pemasaran, keuangan, dan SDM tidak hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat secara luas.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, sehingga para wirausaha muda dapat terlibat secara aktif sekaligus mampu menerapkan secara langsung materi yang diperoleh dalam pengelolaan usahanya. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan praktis peserta melalui pembelajaran berbasis pengalaman dan pendampingan langsung di lapangan. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahap utama, yaitu:

1. Persiapan dan Identifikasi Masalah. Pada tahap ini dilakukan survei dan wawancara terhadap peserta untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi dalam bidang pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM). Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta.
2. Pelatihan dan Pembekalan. Tahap ini berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui pelatihan interaktif. Materi yang diberikan meliputi strategi pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, serta pengelolaan SDM berbasis kinerja dan produktivitas.
3. Pendampingan dan Implementasi. Setelah pelatihan, peserta didampingi dalam menerapkan hasil pembelajaran pada usaha masing-masing. Pendampingan mencakup penyusunan rencana bisnis terpadu (business plan), penerapan strategi pemasaran digital, serta penguatan sistem pencatatan keuangan dan manajemen SDM.
4. Evaluasi dan Tindak Lanjut. Tahap ini dilakukan untuk menilai efektivitas program terhadap peningkatan kemampuan dan kinerja peserta. Evaluasi mencakup penilaian terhadap penerapan strategi bisnis, hasil pengelolaan usaha, serta dampak kegiatan terhadap perkembangan bisnis peserta. Sebagai tindak lanjut, dibentuk komunitas wirausaha muda binaan sebagai wadah kolaborasi, pembelajaran berkelanjutan, dan penguatan jejaring usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan sesuai dengan empat tahap yang telah direncanakan, meliputi persiapan dan identifikasi masalah, pelatihan dan pembekalan, pendampingan dan implementasi, serta evaluasi dan tindak lanjut.

Hasil Kegiatan

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah

Hasil survei dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar wirausaha muda menghadapi kendala utama dalam tiga aspek, yaitu: (1) strategi pemasaran digital yang belum optimal, (2) lemahnya pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha, serta (3) manajemen SDM yang belum terarah. Temuan ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.

2. Tahap Pelatihan dan Pembekalan

Pelatihan dilaksanakan selama beberapa sesi dengan metode interaktif dan studi kasus. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mempelajari strategi pemasaran digital melalui media sosial, teknik promosi online, pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana, serta cara meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Hasil evaluasi awal menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran, keuangan, dan SDM sebesar ±80% dibanding sebelum pelatihan.



3. Tahap Pendampingan dan Implementasi

Pada tahap ini, peserta didampingi dalam menyusun rencana bisnis terpadu (business plan) yang menggabungkan strategi pemasaran, perencanaan keuangan, dan manajemen SDM. Sebagian besar peserta mampu mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan usaha mereka, serta menerapkan perbaikan, seperti memperluas jangkauan promosi digital, melakukan pencatatan keuangan rutin, dan membentuk struktur kerja yang lebih teratur.





4. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan melalui wawancara lanjutan dan pengamatan terhadap perkembangan usaha peserta. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan kinerja usaha, antara lain meningkatnya volume penjualan, efisiensi penggunaan dana, serta peningkatan produktivitas tenaga kerja. Sebagai tindak lanjut, dibentuk komunitas wirausaha muda binaan yang berfungsi sebagai wadah kolaborasi, pertukaran pengalaman, dan pembinaan berkelanjutan.







Pembahasan

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan memberikan peningkatan signifikan terhadap kemampuan wirausaha muda, terutama dalam penerapan strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan pengelolaan SDM berbasis tim. Peningkatan rata-rata kompetensi peserta lebih dari 60% menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan efektif dalam memperkuat keterampilan manajerial, kesadaran kewirausahaan, dan kemampuan operasional usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayat dan Santoso (2020) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan penjualan usaha mikro dan kecil, serta Putri dan Rachman (2021) yang menekankan pentingnya pengembangan SDM berbasis soft skill untuk produktivitas tim.

Pendekatan sinergitas antara pemasaran, keuangan, dan SDM terbukti memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas usaha. Integrasi ketiga aspek ini meningkatkan efektivitas pengelolaan bisnis secara menyeluruh. Strategi pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, pengelolaan keuangan yang lebih sistematis memperkuat stabilitas modal dan memudahkan pengambilan keputusan, sementara manajemen SDM yang terarah meningkatkan produktivitas tim serta kualitas layanan kepada konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori

Resource-Based View (Barney, 1991) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan tercapai melalui pengelolaan sumber daya internal secara efektif dan sinergis.

Metode partisipatif dan aplikatif yang diterapkan juga terbukti efektif dalam membangun keterlibatan aktif peserta. Pendampingan langsung di lapangan tidak hanya memungkinkan peserta menerapkan pengetahuan secara praktis, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian dalam pengelolaan usaha. Kegiatan berbasis pengalaman ini memperkuat pemahaman peserta terhadap konsep yang diberikan dan mendorong adopsi strategi yang sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Selain itu, pembentukan Komunitas Wirausaha Muda Binaan menjadi nilai tambah yang penting. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah kolaborasi, pertukaran informasi, dan pembelajaran berkelanjutan, sehingga mendukung jejaring usaha dan inovasi secara kolektif. Pembentukan komunitas ini konsisten dengan konsep Entrepreneurial Ecosystem (Stam, 2015) yang menekankan pentingnya interaksi antar pelaku usaha, modal, dan institusi dalam menciptakan lingkungan kewirausahaan yang produktif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini membuktikan bahwa pendekatan terpadu, partisipatif, dan aplikatif mampu meningkatkan kompetensi wirausaha muda dalam mengelola usaha secara profesional. Integrasi antara pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan manajemen SDM tidak hanya meningkatkan kinerja individu dan usaha, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan lokal yang lebih berdaya saing dan inovatif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas wirausaha muda melalui sinergitas pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM) mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha. Pendekatan partisipatif dan aplikatif memungkinkan peserta untuk memahami materi secara mendalam dan langsung menerapkannya dalam pengelolaan usaha sesuai kebutuhan masing-masing. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola pemasaran digital, pencatatan keuangan, serta manajemen SDM berbasis kinerja. Selain itu, pembentukan Komunitas Wirausaha Muda Binaan terbukti menjadi langkah strategis dalam menciptakan jejaring usaha yang kolaboratif dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Untuk menjaga keberlanjutan dan dampak jangka panjang program, diperlukan pendampingan lanjutan yang berfokus pada implementasi strategi bisnis secara berkelanjutan, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas kewirausahaan sebaiknya berkolaborasi dalam memberikan dukungan berupa pelatihan tambahan, akses permodalan, dan pendampingan manajerial. Dengan dukungan yang konsisten,

wirausaha muda berpotensi tumbuh menjadi pelaku bisnis yang tangguh, kreatif, dan berdaya saing, baik di tingkat nasional maupun global.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2020). Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung: Alfabeta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Hasibuan, M. S. P. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.

Tambunan, T. (2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). Entrepreneurship and Small Business Management. Boston: Pearson.

Suryana. (2013). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken: John Wiley & Sons.

Purnomo, M. (2022). Strategi Digital Marketing bagi UMKM di Era Ekonomi Kreatif. Yogyakarta: Deepublish.