Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

OPTIMALISASI MANAJEMEN SDM GURU DAN TENAGA KEPENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DI SMK NEGERI 6 KOTA SERANG

Muhamad Mirlangga[1], Indra Ferdiansyah[2], Raden Bagus Surya Buana[3], Nita Anatriani[4]
Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
mirlangga288@gmail.com[1]

ABSTRAK

Institusi pendidikan kejuruan menghadapi intensitas persaingan yang tinggi, sehingga menuntut perumusan strategi pemasaran yang efektif dan adaptif. Keberhasilan pemasaran sekolah secara fundamental ditentukan oleh kualitas lulusan serta citra positif yang dikonstruksi oleh seluruh elemen Sumber Daya Manusia (SDM) internal. Studi ini berfokus pada upaya optimalisasi peran strategis guru dan tenaga kependidikan di SMK Negeri 6 Kota Serang dalam memperkuat strategi pemasaran institusi melalui peningkatan kapabilitas siswa. Implementasi optimalisasi ini diwujudkan melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan format edukasi dan pelatihan praktis. Fokus materi pelatihan diarahkan pada dua aspek vital bagi siswa: Literasi Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan (Manajemen Keuangan Personal). Temuan utama menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan pada siswa terkait pemanfaatan ekosistem digital untuk membentuk citra institusi yang positif dan esensi perencanaan keuangan. Peningkatan kompetensi siswa ini merefleksikan keberhasilan optimalisasi SDM internal sekolah dan secara langsung berkontribusi pada strategi pemasaran sekolah melalui produksi 'lulusan unggul' yang berfungsi ganda sebagai agen promosi digital' yang kredibel bagi institusi.

Kata Kunci : Manajemen Sumber Daya Manusia, Marketing Sekolah, Peningkatan Kompetensi Siswa

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 238.KK.461
Prefix DOI : **12.3245/Krepa.V241.3851**
Plagirism Checker No 238.KK.461
Prefix DOI : **12.3245/Krepa.V241.3851**
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

ABSTRACT

Vocational education institutions face intense competition, necessitating the formulation of effective and adaptive marketing strategies. The success of a school's marketing is fundamentally determined by the quality of its graduates and the positive image constructed by all elements of its internal Human Resources (HR). This study focuses on efforts to optimize the strategic role of teachers and educational staff at SMK Negeri 6 Serang City in strengthening the institution's marketing strategy by improving student capabilities. This optimization is implemented through the Community Partnership Program (PKM) with a practical education and training format. The training materials focus on two vital aspects for students: Digital Marketing Literacy and Financial Literacy (Personal Financial Management). Key findings indicate a significant increase in students' understanding of utilizing the digital ecosystem to build a positive institutional image and the essence of financial planning. This increase in student competency reflects the successful optimization of the school's internal HR and directly contributes to the school's marketing strategy by producing 'superior graduates' who function as credible 'digital promotion agents' for the institution.

Keywords: *Human Resource Manajemen, School Marketing,* Increasing Student Competence

PENDAHULUAN

Dinamika operasional lembaga pendidikan, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sangat bergantung pada kontinuitas penerimaan siswa baru, menjadikan strategi pemasaran sebagai imperatif institusional (Pranawukir, 2021). Dalam konteks ini, fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), yang meliputi guru dan tenaga kependidikan, memiliki posisi sentral. SDM internal berfungsi sebagai penentu mutu layanan pendidikan dan kualitas luaran (output) institusi (Sari, 2023). Optimalisasi MSDM melampaui proses rekrutmen dan pengembangan karir konvensional; ia mencakup transformasi peran guru sebagai internal marketer yang menghasilkan lulusan berkapasitas tinggi, yang selanjutnya berperan sebagai brand ambassador efektif bagi sekolah (Allui & Sahni, 2016). Kualitas SDM merupakan aset taktis yang menghasilkan keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam sektor pendidikan (Jatmika dkk., 2023; Runhaar, 2017).

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

Di tengah revolusi digital, kompetensi lulusan tidak hanya diukur dari keterampilan teknis, namun juga dari kemampuan beradaptasi dalam lingkungan digital dan kecakapan mengelola finansial pribadi. Oleh karena itu, strategi inovatif dalam MSDM sangat diperlukan untuk menjaga relevansi institusi pendidikan di era digitalisasi (Sumarsono dkk., 2024). Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini mengusulkan optimalisasi MSDM melalui peran aktif guru sebagai fasilitator inti dalam menyampaikan materi yang relevan dan futuristik:

Literasi Pemasaran Digital: Memberdayakan siswa untuk mengkreasi konten yang konstruktif dan berfungsi sebagai duta digital, yang secara organik meningkatkan reputasi sekolah di platform daring.

Literasi Keuangan: Mempersiapkan kapabilitas kewirausahaan dan kesiapan kerja siswa melalui pemahaman manajemen keuangan yang bijak, sehingga lulusan SMK Negeri 6 memiliki diferensiasi dan daya saing yang tinggi (Gilang & Jane, 2025).

Melalui peningkatan kapabilitas siswa yang difasilitasi oleh guru, optimalisasi MSDM secara eksplisit terintegrasi dan mendukung efektivitas strategi pemasaran sekolah (Gadzali dkk., 2025; Serafim dkk., 2024)..

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode pendekatan edukasi yang di kombinasikan dengan pelatihan teknis (*workshop*) dan penyuluhan interaktif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : SMK Negeri 6 Kota Serang, Jl. Desa Masjid Priyayi No.69,Mesjid Priyayi, Kec. Kasemen, Kota Serang - Banten

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 15 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Rangkaian tahapan kegiatan PKM ini di awali dengan Fase Perencanaan dan Diagnosis Kebutuhan: Dilaksanakan survei awal di SMK Negeri 6 Kota Serang untuk mengidentifikasi kesenjangan kompetensi siswa yang memiliki relevansi tinggi dengan kebutuhan industri dan tren pemasaran modern. Selanjutnya dilakukan koordinasi intensif dengan tim pengajar untuk mengintegrasikan modul Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan ke dalam format sesi khusus. Hal ini memperkuat posisi guru sebagai agen perubahan dan fasilitator inti program.

Setelah fase perencanaan dan diagnosis, di lanjutkan dengan Fase Implementasi (Transfer Kompetensi): Fase ini di bagi menjadi dua sesi utama dalam format naratif dan praktik aplikastif. Sesi pertama, Literasi Pemasaran Digital, Disajikan dalam format workshop yang menekankan praktik aplikatif. Materi meliputi pembentukan personal branding positif, pemanfaatan platform media sosial secara etis untuk promosi institusi, dan etika komunikasi

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

digital (netiquette). Sesi kedua, Literasi Keuangan Personal, Disampaikan melalui diskusi interaktif untuk menanamkan kesadaran kritis terhadap pentingnya perencanaan finansial. Cakupan materi mencakup prinsip dasar penganggaran (budgeting), manajemen tabungan, pemahaman risiko investasi primer, dan mitigasi risiko utang konsumtif/pinjaman daring yang bijak.

Terakhir adalah Fase Evaluasi dan Dokumentasi. Pengukuran efektivitas program dilakukan melalui instrumen pre-test dan post-test guna menilai pergeseran tingkat pemahaman kognitif siswa. Selain itu dilakukan observasi kualitatif terhadap tingkat partisipasi dan keterlibatan aktif siswa selama sesi pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM di SMK Negeri 6 Kota Serang telah terselenggara dengan sukses, ditandai dengan tingkat partisipasi yang tinggi dari para siswa/i.

1. Peningkatan Kapasitas Siswa sebagai "Duta Merek Digital"

Program Literasi Pemasaran Digital didasarkan pada prinsip bahwa setiap siswa adalah entitas yang merepresentasikan citra sekolah, selaras dengan konsep internal marketing di industri pendidikan (Serafim dkk., 2024). Hasil Empiris menunjukkan terjadi peningkatan rata-rata skor post-test pada modul Literasi Pemasaran Digital sebesar 35% dibandingkan skor pre-test. Antusiasme siswa tercermin dalam inisiatif mereka menghasilkan ide konten positif, seperti ulasan fasilitas sekolah atau keunggulan program studi. Analisis terhadap temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi digital siswa merupakan bukti keberhasilan optimalisasi MSDM guru (sebagai pihak yang memfasilitasi transfer ilmu) dalam mengkapitalisasi siswa menjadi aset pemasaran. Representasi positif siswa di media sosial merupakan promosi organik yang lebih autentik dan berdampak dibandingkan saluran iklan tradisional. Dengan demikian, kualitas SDM internal diukur dari kualitas luaran yang mampu menunjukkan kapabilitas digital yang memadai.

2. Peningkatan Literasi Keuangan untuk Mengembangkan "Human Capital" yang Kompetitif

Modul Literasi Keuangan bertujuan untuk membekali siswa dengan fondasi kemandirian finansial pasca-kelulusan, sebuah aspek fundamental dalam pengembangan human capital (Gilang & Jane, 2025). Hasil Empiris mencatat peningkatan pemahaman sebesar 42% pada konsep budgeting dasar dan manajemen risiko pinjaman. Siswa menunjukkan kesadaran bahwa kesuksesan karir pasca-sekolah tidak hanya bergantung pada penghasilan, namun pada kecakapan dalam manajemen kekayaan personal. Analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan yang kokoh memastikan lulusan SMK N 6 tidak hanya unggul dalam kompetensi kejuruan, tetapi juga memiliki keterampilan hidup (life skills) yang komprehensif. Kualitas lulusan yang siap kerja, mandiri, dan stabil secara finansial berfungsi sebagai testimoni dan unique selling proposition (USP) bagi calon pendaftar. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini memvalidasi upaya optimalisasi MSDM guru dalam menghasilkan produk sekolah yang memiliki keunggulan kompetitif yang terukur.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851





KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada edukasi Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan bagi siswa/i SMK Negeri 6 Kota Serang telah diimplementasikan dengan sukses dan berhasil mencapai targetnya. Optimalisasi peran guru dan tenaga kependidikan di sekolah ini terwujud melalui transformasi siswa menjadi agen pemasaran digital yang positif dan lulusan yang memiliki bekal literasi finansial untuk keberlanjutan karir. Peningkatan kapabilitas siswa ini merupakan strategi pemasaran yang efektif karena mencerminkan kualitas SDM inti institusi.

Dianjurkan agar SMK Negeri 6 Kota Serang menginternalisasi dan mengintegrasikan modul Literasi Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan ini secara permanen, baik dalam kurikulum maupun program pengembangan diri siswa. Selain itu, kegiatan PKM lanjutan direkomendasikan untuk menargetkan pengembangan kompetensi digital guru dan tenaga kependidikan secara langsung, sehingga upaya optimalisasi MSDM dapat terstruktur secara lebih holistik dan berdampak besar pada seluruh komponen strategi pemasaran sekolah.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

DAFTAR PUSTAKA

Allui, N. O., & Sahni, J. (2016*). A Review of the Implementation of Strategic Human Resource Management in Educational Institutions. International Journal of Engineering Business and Social Science.*

Gadzali, F., Wahyoedi, S., & Nurlaili, N. (2025). *The Strategic Role of Human Resource Management in Improving the Performance of Educational Organizations: A Literature Review. ResearchGate.*

Gilang, R., & Jane. (2025). *Improving the Competitiveness of Vocational School Graduates in Indonesia as Human Capital through Local Wisdom-Based Learning. Jurnal EduScience.*

Jatmika, S., Mulyati, S., & Nurhayati, T. (2023). *The Strategy of Human Resources Development in Improving the Competitive Advantage (Case Study at Madinatul Qur'an Islamic Boarding School, Depok). JHSS (Journal of Humanities and Social Studies).*

Octaviany, R. A., Sihotang, W., Simarmata, P. S., Rahman, A., & Muliati, A. (2022). *Human Resource Development Strategy As Preparation For The Industrial Revolution Era 5.0. International Journal of Educational Research & Social Sciences.*

Pranawukir, I. (2021). *Planning and Communication Strategy in Increasing Human Resource Adaptability and Institutional Competitive Advantage. Journal of Communication Library.*

Runhaar, P. (2017*). How can schools and teachers benefit from human resources management? Conceptualising HRM from content and process perspectives. Educational Management Administration & Leadership, 45(4), 639-656.*

Sari, F. K. (2023). *ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN. Indopedia Jurnal.*

Serafim, A., Veloso, C. M., Miranda, E. V., & Sousa, B. (2024). *Internal Marketing As A Key To Strategic Human Resources Management In The Education Industry In The Context Of The COVID-19 Pandemic. Evolutionary Studies in Imaginative Culture.*

Sumarsono, B., Kholifah, D. L., & Rahmawati, I. (2024). *Innovative Strategies in Managing Human Resources in the Digitalization Era of Education: A Progressive Academic Perspective.* Jurnal Manajemen Pendidikan.