

PENTINGNYA PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN PEMASARAN DALAM MENGHADAPI DUNIA KERJA

***¹Andi Muhamad Irwan, ²RD.Dani Alfarizi, ³Sahrul Bahri, ⁴Aidah, ⁵Dewi Wulan Pratiwi, ⁶Anak Agung Gede Darma Jata, ⁷Denies Susanto, ⁸Irma Rahmawati**

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸ *Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang*

**E-mail: andimuhamad3015@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk memberikan pemahaman pentingnya peningkatan sumber daya manusia dan pemasaran dalam menghadapi dunia kerja untuk siswa SMA Negeri 5 Kota Serang. perubahan zaman yang semakin cepat menuntut individu dan organisasi untuk beradaptasi secara dinamis terhadap tuntutan dunia kerja. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan kemampuan pemasaran menjadi dua aspek kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Hasil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini membahas pentingnya pengembangan SDM melalui pelatihan, Pendidikan, dan penguatan soft skills, serta bagaimana strategi pemasaran personal dan institusional mampu meningkatkan daya saing di era digital bagi siswa.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Dunia Kerja, Kompetensi.

ABSTRACT

The purpose of Community Service (PKM) is to provide an understanding of the importance of improving human resources and marketing in facing the workforce for students of SMA Negeri 5 Kota Serang. The rapid changes of the times require individuals and organizations to dynamically adapt to the demands of the labor market. Improving the quality of human resources (HR) and marketing skills are two key aspects in creating competitive advantages. The results of the implementation of this community service (PKM) discuss the importance of HR development through training, education, and strengthening soft skills, as well as how personal and institutional marketing strategies can enhance competitiveness in the digital era for students

Keywords: Human Resources, Marketing, Labor Market, Competence.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang sangat pesat, dunia kerja mengalami transformasi besar-besaran. Perubahan tersebut menuntut kesiapan sumber daya manusia (SDM) yang tidak hanya unggul secara akademis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis, adaptif, dan mampu bersaing di tengah arus digitalisasi dan otomatisasi. Kualitas SDM menjadi faktor penentu dalam

meningkatkan produktivitas dan daya saing suatu negara maupun individu di pasar kerja yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, pemasaran diri (personal marketing) juga menjadi aspek penting yang sering kali diabaikan oleh para pencari kerja. Kemampuan untuk mempromosikan potensi, keahlian, serta pengalaman kerja melalui berbagai platform, terutama media digital, menjadi nilai tambah yang signifikan. Strategi pemasaran personal seperti personal branding, penggunaan media sosial profesional, dan kemampuan membangun citra diri yang positif sangat menentukan dalam proses rekrutmen dan pengembangan karier.

Peningkatan kualitas SDM dan penguatan strategi pemasaran diri merupakan dua hal yang saling berkaitan. Pendidikan formal saja tidak lagi cukup; individu dituntut untuk terus mengembangkan diri melalui pelatihan, sertifikasi, dan penguasaan teknologi baru. Di saat yang sama, mereka juga perlu memahami bagaimana memasarkan kemampuan tersebut agar dikenal dan dihargai di dunia kerja.

Jurnal ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya peningkatan kualitas SDM dan pemasaran diri dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompleks. Penulis berharap hasil kajian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, pendidik, dan praktisi sumber daya manusia dalam menyusun strategi pengembangan karier yang berkelanjutan dan efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Sumber daya manusia merupakan aset penting dalam suatu organisasi atau negara yang memiliki peran strategis dalam pencapaian tujuan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Menurut Hasibuan (2016), sumber daya manusia adalah tenaga kerja yang memiliki kemampuan berpikir, keterampilan, dan pengetahuan yang dapat dikembangkan melalui pelatihan dan pendidikan. Pengembangan SDM menjadi suatu keharusan dalam menghadapi dinamika globalisasi dan kemajuan teknologi.

Pengembangan SDM adalah proses peningkatan kemampuan individu agar dapat bekerja secara efektif dan produktif. Menurut Sutrisno (2019), pengembangan SDM mencakup pelatihan teknis, penguatan soft skills seperti komunikasi, kepemimpinan, serta penguasaan teknologi. Dunia kerja saat ini menuntut pekerja yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan, berpikir kritis, dan mampu bekerja secara kolaboratif.

Perkembangan teknologi, khususnya revolusi industri 4.0 dan transformasi digital, telah mengubah struktur dan kebutuhan pasar kerja. Menurut Ramadhan et al. (2020), digitalisasi memunculkan berbagai profesi baru dan menuntut keterampilan berbasis teknologi. Oleh karena itu, individu harus mampu menyesuaikan diri dengan keterampilan baru, seperti literasi digital, kemampuan berpikir analitis, serta fleksibilitas dalam bekerja.

Pemasaran tidak hanya berlaku bagi produk atau jasa, tetapi juga untuk individu yang ingin membangun citra dan daya tarik di mata dunia kerja. Konsep ini dikenal dengan istilah personal branding. Menurut Montoya dan Vandehey (2009), personal branding adalah proses menciptakan dan memelihara persepsi publik tentang diri seseorang berdasarkan keahlian, nilai, dan keunikan yang dimilikinya. Personal branding yang kuat dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam proses seleksi kerja maupun pengembangan karier.

Penguatan SDM tanpa kemampuan memasarkan diri secara tepat seringkali tidak berdampak signifikan. Oleh karena itu, integrasi antara pengembangan kapasitas diri dan strategi pemasaran pribadi menjadi penting. Yusuf (2019) menyatakan bahwa kombinasi antara kompetensi kerja dan kemampuan membangun reputasi diri di dunia digital menjadi faktor penting dalam

memenangkan persaingan kerja saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan SDM harus disertai pemahaman terhadap strategi komunikasi dan pemasaran yang relevan dengan tuntutan zaman.

Sumber Daya Manusia merupakan individu yang bekerja dan memberikan kontribusi dalam suatu organisasi, termasuk dalam dunia pendidikan. Menurut Sedarmayanti (2017), SDM adalah faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu institusi dalam mencapai tujuannya. Dalam konteks pendidikan, siswa merupakan aset SDM yang harus dikembangkan secara optimal.

Menurut Mangkunegara (2015), pengembangan SDM dapat dilakukan melalui pelatihan, pembinaan karakter, dan pemberian pengalaman praktis. Sekolah sebagai lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam mempersiapkan siswa agar mampu bersaing di dunia kerja. Wibowo (2016) menyatakan bahwa kompetensi kerja mencakup keterampilan teknis, manajerial, dan interpersonal. Di era globalisasi, siswa dituntut tidak hanya memiliki pengetahuan akademik, tetapi juga keterampilan soft skill seperti komunikasi, kepemimpinan, dan berpikir kritis.

Afidatun Khasanah (2015) – Dalam artikelnya yang berjudul Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden, Khasanah menekankan pentingnya pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan. Ia menjelaskan bahwa pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kualitas dan kemajuan pendidikan di lembaga pendidikan. Kotler dan Maamarah & Supramono (2016), Dalam artikel mereka yang berjudul Strategi Peningkatan Mutu dan Citra (Image) Sekolah Dasar Negeri di Ungaran, Semarang, Maamarah dan Supramono membahas strategi peningkatan mutu dan citra sekolah dasar negeri melalui manajemen pendidikan yang efektif. Mereka menekankan pentingnya citra sekolah dalam menarik minat masyarakat dan meningkatkan kualitas pendidikan

Menurut Hasan (2014), strategi pemasaran yang efektif di dunia pendidikan meliputi promosi program unggulan, kerja sama industri, serta peningkatan kualitas lulusan. Hal ini dapat meningkatkan daya saing sekolah sekaligus membuka peluang kerja bagi siswa. Suparno (2018) menyatakan bahwa peningkatan SDM dan pemasaran merupakan dua elemen yang saling mendukung. SDM yang

berkualitas akan meningkatkan daya jual sekolah dan lulusannya di mata dunia kerja.

Menurut Suyanto (2017), tantangan dunia kerja saat ini antara lain adalah persaingan global, digitalisasi, dan kebutuhan akan keterampilan yang terus berubah. Oleh karena itu, sekolah harus mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut melalui inovasi kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler.

Kurikulum Merdeka memberikan ruang bagi siswa untuk mengeksplorasi minat dan bakatnya secara lebih fleksibel. Kemendikbudristek (2022) menyatakan bahwa pendekatan ini mendukung pembentukan profil pelajar Pancasila yang siap menghadapi dunia kerja dan globalisasi. Yuniarti (2020) menekankan pentingnya link and match antara pendidikan dan dunia kerja. Sekolah perlu menjalin kolaborasi dengan dunia industri melalui program magang, pelatihan, dan seminar kewirausahaan untuk meningkatkan kesiapan siswa.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode pemaparan materi atau penyajian materi, diskusi, dan tanya jawab. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada siswa/siswi SMA Negeri 5 Kota Serang mengenai seberapa pentingnya peningkatan sumber daya manusia dan pemasaran dalam menghadapi dunia kerja. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

1. Tahap Observasi

Dari hasil observasi, diketahui bahwa siswa/siswi tersebut belum pernah mengikuti pelatihan mengenai topik ini. Dari pihak Kepala sekolah SMA Negeri 5 Kota Serang juga menyarankan untuk membuat program pelatihan ini untuk meningkatkan soft skill dari para siswa/siswi

2. Tahap Persiapan

Pesiapan dimulai dengan memberikan surat pengantar dan bertemu dengan pihak sekolah SMA Negeri 5 Kota Serang untuk meminta izin melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), mendiskusikan rencana kegiatan, tujuan, jumlah peserta dan lokasi pelatihan.

3. Tahap Pelaksanaan

Dimulai dengan persiapan materi dan peralatan yang mencakup pengenalan konsep dasar peningkatan sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran dalam menghadapi dunia kerja. Setelah itu, siswa diberikan sesi teori diikuti dengan praktik dimana mereka belajar tentang soft skill, kerja sama tim, dan cara membuat bisnis. Pelatihan dilanjutkan dengan studi kasus dan diskusi kelompok untuk Menyusun strategi peningkatan sumber daya manusia dan pemasaran dan diakhiri dengan evaluasi pemahaman siswa/siswi serta tindak lanjut untuk memastikan mereka memahami apa itu peningkatan sumber daya manusia dan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumber daya manusia (SDM) memiliki peran kunci dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang terus berkembang. Peningkatan SDM tidak hanya mencakup pendidikan formal, tetapi juga pelatihan keterampilan teknis dan nonteknis seperti komunikasi, kepemimpinan, dan manajemen waktu. Dalam dunia kerja yang semakin kompetitif, perusahaan cenderung memilih individu yang tidak hanya memiliki ijazah, tetapi juga menunjukkan kemampuan berpikir kritis, kolaborasi, dan adaptasi terhadap teknologi baru (Hasibuan, 2016; Sutrisno, 2019).

Kebutuhan ini semakin nyata dengan adanya revolusi industri 4.0 yang memunculkan otomatisasi dan artificial intelligence (AI), yang berpotensi menggantikan beberapa jenis pekerjaan. Maka dari itu, pengembangan SDM yang adaptif, fleksibel, dan terus belajar menjadi suatu keharusan bagi setiap individu agar tetap relevan dan kompetitif di pasar kerja (Ramadhan et al., 2020).

Selain kualitas SDM, kemampuan individu dalam memasarkan dirinya juga menjadi faktor penentu kesuksesan dalam memperoleh pekerjaan maupun membangun karier. Konsep personal branding membantu individu untuk menampilkan nilai, keahlian, dan citra diri yang positif kepada publik atau calon pemberi kerja. Personal branding yang kuat dapat memberikan keunggulan dalam proses rekrutmen dan peningkatan karier (Montoya dan Vandehey, 2009).

Penggunaan media sosial profesional seperti LinkedIn, portofolio digital, dan partisipasi dalam komunitas keahlian menjadi alat penting dalam pemasaran diri. Individu yang mampu menampilkan citra diri yang konsisten, autentik, dan relevan dengan kebutuhan industri akan lebih mudah dikenali dan dihargai di dunia kerja (Yusuf, 2019).

Pengembangan SDM dan pemasaran diri sebaiknya tidak dipandang sebagai dua aspek yang terpisah, melainkan sebagai satu kesatuan strategi menghadapi dunia kerja modern. Individu yang memiliki keahlian tinggi tetapi tidak mampu memasarkan dirinya akan kesulitan mendapatkan peluang kerja yang sesuai. Sebaliknya, pemasaran diri tanpa kompetensi yang memadai akan cepat kehilangan kredibilitas.

Oleh karena itu, sinergi antara peningkatan kualitas diri dan kemampuan menjual nilai diri menjadi penting dalam dunia kerja saat ini. Institusi pendidikan, pelatihan kerja, dan organisasi karier perlu mendorong pembelajaran yang tidak hanya berfokus pada keahlian teknis, tetapi juga mengembangkan kemampuan komunikasi, presentasi diri, dan branding digital (Sutrisno, 2019; Yusuf, 2019).

Dunia pendidikan memiliki peran strategis dalam membekali lulusan tidak hanya dengan ilmu pengetahuan, tetapi juga dengan keterampilan kerja nyata dan kemampuan memasarkan diri. Mahasiswa dan pencari kerja perlu diedukasi tentang pentingnya soft skills dan bagaimana membangun citra profesional sejak dini.

Sementara itu, pencari kerja perlu mengambil peran aktif dalam pembelajaran berkelanjutan (lifelong learning), mengikuti pelatihan tambahan, serta membangun jejaring dan reputasi profesional secara konsisten. Upaya ini akan meningkatkan daya saing dan membuka peluang karier yang lebih luas dalam dunia kerja yang dinamis.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kegiatan PKM ini menjadi wujud nyata komitmen Universitas Pamulang PSDKU Serang dalam menjalin sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat. dengan membekali generasi muda dengan meningkatkan keterampilan SDM Dan Pemasaran, diharapkan mereka mampu menjadi pelaku , dan kompetitif di masa depan.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran diri merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam menghadapi tantangan dunia kerja modern. Perubahan cepat dalam teknologi dan globalisasi menuntut individu untuk terus meningkatkan kompetensi, baik teknis maupun nonteknis. Pengembangan SDM melalui pendidikan, pelatihan, dan adaptasi terhadap kebutuhan industri menjadi suatu keharusan.

Di sisi lain, pemasaran diri, seperti melalui personal branding dan pemanfaatan media digital, berperan penting dalam membangun citra profesional dan memperluas peluang karier. Keduanya harus berjalan beriringan agar individu tidak hanya kompeten, tetapi juga dikenal dan dipercaya oleh dunia kerja.

B. Saran

Bagi peserta, Disarankan untuk aktif dalam pengembangan diri secara berkelanjutan, baik melalui pelatihan, sertifikasi, maupun penguasaan teknologi terbaru. Selain itu, penting untuk membangun personal branding yang positif dan konsisten di berbagai platform profesional.

Bagi pihak sekolah, Perlu menyesuaikan kurikulum dengan kebutuhan industri masa kini serta menyediakan pelatihan soft skills dan literasi digital yang mendukung daya saing lulusan di pasar kerja global.

Bagi pihak pemerintah, Disarankan untuk memperluas akses terhadap pelatihan kerja dan menciptakan kemitraan strategis antara dunia pendidikan dan industri agar dapat mencetak tenaga kerja yang relevan dengan kebutuhan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dan terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Pentingnya Peningkatan Sumber Daya Manusia Dan Pemasaran Dalam Menghadapi Dunia Kerja". Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada pimpinan Universitas Pamulang dan Program Studi Manajemen Universitas Pamulang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada tim dosen dan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan ini. Kami juga menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada kepala sekolah, guru pendamping, serta seluruh jajaran manajemen SMA Negeri 5 Kota Serang atas kerja sama yang luar biasa dan keterbukaan dalam mendukung program ini.

Terima kasih yang mendalam juga kami tujukan kepada para siswa/i peserta pelatihan, yang telah menunjukkan antusiasme, semangat belajar, dan keterlibatan aktif selama kegiatan berlangsung. Tak lupa, kami ucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dosen pembimbing, Bpk. Anak Agung Gede Darma J, S.E., M.M, Bpk. Denies Susanto S.T., M.M dan Ibu Irma Rahmawati S.P., M.M, mahasiswa pendamping, dan seluruh panitia pelaksana yang telah bekerja keras dan penuh dedikasi dalam merancang serta menjalankan kegiatan ini hingga tuntas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, A. (2014). *Marketing Pendidikan: Strategi Meningkatkan Citra dan Daya Saing Lembaga Pendidikan*. Yogyakarta: Diva Press.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kemendikbudristek. (2022). *Panduan Implementasi Kurikulum Merdeka*. Jakarta: Kemdikbudristek.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 95–108.
- Kotler, P., & Fox, K.F.A. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. New Jersey: Prentice Hall.
- Maamarah, L., & Supramono. (2016). Strategi peningkatan mutu dan citra (image) sekolah dasar negeri di Ungaran, Semarang. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 25–38
- Mangkunegara, A.P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw-Hill.
- Ramadhan, F., Subakti, E., Prawiro, A., & Maliq, A. (2020). *Transformasi Dunia Kerja di Era Industri 4.0*. Bandung: CV Media Edukasi.
- Rasyid, A., & Pratiwi, P. (2017). *Pemasaran Digital dan Personal Branding di Era Modern*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sedarmayanti. (2017). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Suparno. (2018). *Pengembangan SDM dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Suyanto. (2017). *Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Dunia Kerja*. Jakarta: Kencana.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuniarti, D. (2020). Kolaborasi Sekolah dan Dunia Usaha untuk Pendidikan *Vokasi*. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(1), 1–10.
- Yusuf, M. (2019). *Strategi Personal Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Tenaga Kerja*. Surabaya: Graha Ilmu.