

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS BRANDING SEKOLAH DAN DIVERSIFIKASI SUMBER PENDANAAN UNTUK MENINGKATKAN KESEHJATERAAN GURU DI SMK NEGERI 1 CIRUAS

**Jaenudin^{1*}, Robi doviyana², Riyan hidayatullah³ Rika kurniawati,⁴ Eva sustiana⁵,
Karsikah⁶, Esa Fajar⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pamulang Serang

**E-mail: jaenudinserang3@gmail.com*

ABSTRAK

Kesejahteraan guru merupakan faktor penting dalam menciptakan mutu pendidikan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap keterbatasan pendanaan sekolah dan rendahnya kesejahteraan guru di SMK Negeri 1 Ciruas melalui penguatan branding sekolah dan diversifikasi sumber pendanaan. Kegiatan PKM ini dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan dengan pendekatan partisipatif. Metode yang digunakan meliputi observasi, FGD, dan pelatihan kewirausahaan sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman stakeholder sekolah terhadap pentingnya brand identity serta munculnya ide-ide inovatif dalam menciptakan unit usaha sekolah. Implikasi dari kegiatan ini adalah potensi peningkatan pendapatan tambahan sekolah yang dapat dialokasikan untuk mendukung kesejahteraan guru secara berkelanjutan.

Kata kunci : kesejahteraan guru, branding sekolah, diversifikasi pendanaan, SMK, pemasaran sosial

ABSTRACT

Teacher welfare is an important factor in creating high quality education. This study aims to provide solutions to limited school funding and low teacher welfare at SMK Negeri 1 Ciruas through strengthening school branding and diversifying funding sources. This PKM activity was carried out through socialization and training with a participatory approach. The methods used include observation, FGD, and school entrepreneurship training. The results of the activity showed an increase in school stakeholders' understanding of the importance of brand identity and the emergence of innovative ideas in creating school business units. The implication of this activity is the potential for increasing additional school income that can be allocated to support teacher welfare in a sustainable manner.

Keywords : teacher welfare, school branding, funding diversification, vocational schools, social marketing

PENDAHULUAN

Pendidikan vokasi seperti SMK memiliki tantangan dalam pembiayaan operasional, khususnya untuk mendukung kesejahteraan pendidik. SMK Negeri 1 Ciruas memiliki potensi besar untuk membangun identitas merek (branding) yang kuat serta peluang menjalin kemitraan strategis dengan dunia industri. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep pemasaran berbasis branding sekolah dan menciptakan alternatif sumber pendanaan melalui unit usaha, sponsorship, dan kemitraan industri.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

1. **Sosialisasi Branding Sekolah:** Memberikan pelatihan kepada guru dan kepala sekolah mengenai pentingnya citra merek sekolah.
2. **Workshop Diversifikasi Sumber Pendanaan:** Identifikasi potensi internal sekolah (misal: produk siswa, jasa pelatihan, dll.)
3. **Pendampingan Unit Usaha Sekolah:** Penyusunan rencana bisnis kecil untuk dijalankan oleh siswa/guru.
4. **Evaluasi dan Monitoring:** Kuesioner dan FGD dengan pihak sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan

Pada tanggal 24–25 April 2025, dosen dan mahasiswa dari Universitas Pamulang PSDKU Serang, khususnya dari Program Studi Manajemen, melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMK Negeri 1 Ciruas, yang berlokasi di Jl. Nambo Lebak Wangi No.KM. 2, RW 05 Pulo, Kec. Ciruas Kabupaten Serang Banten 42182. Kegiatan ini melibatkan Dosen pembimbing Ibu Karsikah, S.E., M.M., beserta Mahasiswa Prodi Manajemen. Pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu unsur dari Tridarma Perguruan Tinggi yang mengharuskan perguruan tinggi untuk terlibat langsung dengan masyarakat melalui pendekatan ilmiah. Tujuannya adalah membantu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam berbagai aspek, sehingga mampu mempercepat laju pembangunan dan mencapai tujuan pembangunan nasional.

Hasil kegiatan menunjukkan:

- Terbentuknya kesadaran akan pentingnya branding sekolah sebagai alat pemasaran strategis.

- Disusunnya rencana unit usaha berbasis keterampilan siswa (misalnya: jasa sablon, servis motor, produk makanan).
- Terciptanya model kemitraan dengan alumni dan industri lokal.
- Kenaikan motivasi guru dalam berinovasi untuk meningkatkan kesejahteraan secara kolektif.

Yang hadir pada kegiatan sosialisasi ini, pada table dibawah ini terlihat nama peserta yang hadir pada sosialisasi

Table 1 . nama peserta

No.	Nama peserta	Laki laki	Perempuan
1.	Dahria		✓
2.	Dwi sekar		✓
3.	Az Zahra		✓
4.	Lia maulidiyah		✓
5.	Dalfah		✓
6.	Nurul hikmah		✓
7.	Lisnawati		✓
8.	Monah		✓
9.	Bela Atikah		✓
10.	Cici amelia		✓
11.	Linda		✓
12.	Lia febiliana		✓
13.	Siti sulekeh		✓
14.	Dian anggraeni		✓
15.	Aliyah		✓
17.	Naila Rasyid		✓
18.	Deviah		✓
19.	Muflikah		✓
20.	Siti andayani		✓
21.	Siti karmilah		✓
22.	Roinah		✓
23.	Sumi		✓
24.	Syarofah		✓

25.	Fitriyani		✓
26.	Romala dewi		✓
27.	Haulia putri		✓
28.	Susilawati		✓
29.	Nupus		✓
30.	Siti nazilah		✓
31.	Safinatun nazah		✓
32.	Siti jubaidah		✓
33.	Delisa wahidi putri		✓
34.	Siti sofia Ramadani		✓
35.	Anggi aulia		✓
36.	Sumiyah		✓
37.	Nuriyah		✓

Sosialisasi strategi pemasaran berbasis branding sekolah dan diversifikasi pendanaan memberikan pemahaman baru bagi guru dan siswa tentang potensi pengembangan sekolah. Kegiatan ini diharapkan mampu menjadi langkah awal untuk meningkatkan kesejahteraan guru melalui optimalisasi potensi sekolah.



Gambar 2. Foto Bersama peserta didik dan dosen pendamping setelah selesai PKM

Pembahasan :

Kegiatan ini mengangkat dua materi utama, yaitu *Strategi Branding Sekolah* dan *Diversifikasi Sumber Pendanaan*. Strategi branding difokuskan pada upaya menciptakan identitas khas sekolah melalui media sosial, website, serta kegiatan promosi yang menonjolkan keunggulan kompetensi keahlian di SMK. Sementara itu, diversifikasi pendanaan mencakup pemanfaatan kerja sama industri, pengembangan unit produksi sekolah, pengajuan hibah, serta optimalisasi peran alumni

sebagai mitra pendukung. Materi disampaikan secara interaktif oleh narasumber yang berpengalaman di bidang manajemen pendidikan dan pengembangan institusi. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga diajak secara aktif untuk menyusun rencana kerja branding sekolah yang realistis dan merancang peta potensi pendanaan lokal sebagai langkah awal implementasi nyata di lingkungan masing-masing.

Untuk itu, program “sosialisasi strategi pemasaran berbasis branding sekolah dan diversifikasi sumber pendanaan untuk meningkatkan kesejahteraan guru di SMKN 1 Ciruas” dirancang sebagai solusi dengan pendekatan terintegrasi antara edukasi finansial dan pelatihan keterampilan SDM. Strategi pemecahan masalah yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan Literasi strategi branding Pengenalan dan pelatihan strategi branding sekolah dan sosialisasi worksop sekolah
2. Pelatihan Pengembangan Soft Skills: Menanamkan keterampilan interpersonal seperti komunikasi efektif, kepemimpinan, kerja sama tim, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja.
3. Simulasi dan Studi Kasus Interaktif: Menghadirkan pembelajaran berbasis pengalaman melalui role play, studi kasus, dan simulasi kerja untuk mengasah kemampuan berpikir kritis dan pemecahan masalah.
4. Pendekatan Kolaboratif dengan Sekolah: Melibatkan guru dan staf sekolah sebagai mitra aktif dalam pelaksanaan kegiatan agar program berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan siswa.
5. Dengan kerangka ini, diharapkan program mampu menjadi solusi nyata dalam meningkatkan kesiapan siswa secara personal, profesional, dan finansial, serta menjadi bekal penting dalam menghadapi era persaingan kerja yang semakin kompleks.

A. Realisasi Pemecahan Masalah

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengatasi beberapa tantangan strategis di SMK Negeri 1 Ciruas, terutama dalam hal rendahnya strategi pemasaran sekolah, terbatasnya sumber pendanaan, dan belum optimalnya kesejahteraan guru. Upaya pemecahan masalah tersebut telah direalisasikan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, diskusi, dan pendampingan secara langsung.

1. Tahap Persiapan

- Koordinasi dengan pihak sekolah.
- Penyusunan materi dan modul pelatihan.
- Pemetaan kebutuhan siswa melalui angket awal.

2. Tahap Pelaksanaan

- Sesi penyuluhan tentang strategi pemasaran dasar.
- Pelatihan pengembangan SDM (komunikasi, kepemimpinan, problem solving).
- Games edukatif dan simulasi kelompok.
- Konsultasi singkat untuk perencanaan keuangan pribadi.

3. Tahap Evaluasi

- Evaluasi pasca kegiatan melalui kuisioner dan diskusi.
- Refleksi bersama siswa dan guru mengenai manfaat program.
- Dokumentasi dan pelaporan hasil kegiatan.

B. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam program “Strategi pemasaran berbasis branding sekolah dan diversifikasi sumber pendanaan untuk meningkatkan kesejahteraan guru di SMKN 1 Ciruas” dipilih secara strategis berdasarkan kebutuhan nyata di lapangan dan potensi dampak jangka panjang yang dapat dihasilkan. Adapun kelompok sasaran dari program ini meliputi:

a. Siswa SMKN 1 Ciruas

Siswa menjadi kelompok sasaran utama program ini, khususnya siswa kelas XI dan XII yang sedang berada pada fase penting dalam menentukan masa depan pendidikan, karir, dan kehidupan finansialnya. Mereka membutuhkan bekal literasi tentang strategi pemasaran dan keterampilan manajerial dasar sebagai pondasi menuju kemandirian, baik secara pribadi maupun profesional.

- Program ini akan membantu siswa:
- Memahami dasar-dasar strategi pemasaran untuk pribadi.
- Mengembangkan soft skills seperti komunikasi, kerja sama tim, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan.
- Meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan masa depan, baik secara finansial maupun karir.

b. Guru dan Tenaga Pendidik SMKN 1 Ciruas

Sebagai pendamping utama dalam proses pembelajaran siswa, guru memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan dan penguatan materi yang disampaikan dalam program. Keterlibatan guru juga memungkinkan transfer pengetahuan yang lebih luas serta penerapan nilai-nilai pembelajaran dalam kegiatan belajar mengajar.

Manfaat bagi guru:

- Memperoleh wawasan tambahan terkait literasi tentang strategi pemasaran berbasis branding dan diversifikasi sumber pendanaan dan pengembangan SDM.
- Dapat mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam proses pembelajaran di kelas.
- Mendorong kolaborasi aktif antara sekolah dan mahasiswa pelaksana program.

c. Pihak Sekolah dan Lingkungan Sekitar

Melalui peningkatan kualitas siswa dan tenaga pendidik, dampak program ini juga akan dirasakan oleh pihak sekolah secara kelembagaan, serta masyarakat sekitar dalam jangka panjang. Peningkatan dan keterampilan kerja siswa diharapkan dapat menjadi bekal untuk membangun generasi muda yang mandiri, produktif, dan berkontribusi bagi kemajuan lingkungan sekitarnya.

Dengan penentuan khalayak sasaran yang tepat dan menyeluruh, program ini diharapkan mampu memberikan manfaat berkelanjutan, tidak hanya kepada individu peserta, tetapi juga pada ekosistem pendidikan dan sosial secara luas.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai sistem pemasaran berbasis branding sekolah serta diversifikasi sumber pendanaan di SMKN 1 Ciruas telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran seluruh elemen sekolah mengenai pentingnya identitas merek dan kreativitas dalam mencari pendanaan alternatif. Branding sekolah terbukti mampu meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat dan mitra industri, sementara diversifikasi pendanaan melalui unit usaha, sponsorship, dan kolaborasi dengan alumni membuka peluang peningkatan kesejahteraan guru secara mandiri dan berkelanjutan.

SARAN

1. Sekolah perlu melanjutkan penguatan identitas merek melalui konsistensi dalam tampilan visual, pesan komunikasi, serta pemanfaatan media sosial dan publikasi yang efektif.
2. **Pendirian unit usaha berbasis potensi siswa**
Sekolah dianjurkan untuk mulai menjalankan unit usaha kecil berbasis kompetensi keahlian siswa sebagai sumber pendanaan alternatif dan media pembelajaran kewirausahaan.
3. **Kemitraan strategis dengan dunia usaha dan alumni**
Diperlukan upaya yang lebih intensif dalam menjalin kerja sama dengan industri lokal, orang tua siswa, dan alumni dalam bentuk sponsorship, CSR, dan program pelatihan.
4. **Monitoring dan Evaluasi Berkala**
Perlu dilakukan evaluasi rutin atas efektivitas program branding dan unit usaha agar tujuan peningkatan kesejahteraan guru dapat terukur dan terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. E. Nurzaman A.M, M., M.Si. selaku wakil rektor Universitas Pamulang PSDKU Serang
2. Bapak Indar Riyanto.,S.Kom.,S.E.,MM. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Pamulang PSDKU Serang
3. Ibu Karsikah SE.,MM. selaku dosen pembimbing 1 kegiatan PKM atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada penulis sehingga laporan ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

4. Bapak Esa Fajar SE.,MM. selaku dosen pembimbing 2 kegiatan PKM atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada penulis sehingga laporan ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak Mohamad Abror,ST.,M.Pd selaku Kepala Sekolah SMKN 1 Ciruas yang telah bersedia untuk kami adakan kegiatan PKM ini.
6. Para siswa/siswa yang telah bersedia untuk mengikuti kegiatan PKM dengan antusias.

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ini tentunya masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap jurnal ini dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya serta dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya dengan tema yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Petunjuk Teknis PKM*.
- Supriyadi, D. (2022). Strategi Branding Sekolah. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(2), 123–134.