



OPTIMALISASI POTENSI PESERTA DIDIK SMK AT-TAUFIQIYYAH MELALUI MANAJEMEN SDM DAN STRATEGI PEMASARAN KREATIF

Latif¹, Denies Susanto^{2*}, Rijatul Anwar³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: dosen02867@unpam.ac.id¹, dosen02890@unpam.ac.id², dosen03422@unpam.ac.id³

Abstract

SMK AT-Taufiqiyyah is one of the vocational education institutions that has great potential in producing graduates who are ready to work and entrepreneurship. However, in its implementation, a number of problems are still found. Some students have not been able to identify and develop their potential optimally, both in terms of skills, professional attitudes, and readiness to face the world of work. In addition, the lack of understanding of human resource management (HR) and effective marketing strategies is also an obstacle in increasing the competitiveness of graduates in the digital era. To overcome these problems, this community service activity is designed with an intensive training and mentoring-based approach. The solutions offered include: (1) HR management training which includes self-awareness recognition, time management, and soft skill improvement; (2) creative marketing strategy workshops that include branding, social media utilization, and digital marketing techniques; and (3) simulation of product/service-based entrepreneurship projects made by students. This activity is expected to develop an entrepreneurial mindset and increase the work readiness of students.

The output targets of this activity include: (1) increasing students' understanding and skills in HR management and creative marketing; (2) the creation of at least 3 student business groups that practice the results of the training; (3) the preparation of training modules as continuous teaching materials in schools; and (4) publication of activities in the form of popular or scientific articles. By optimizing potential through this strategic approach, SMK AT-Taufiqiyyah is expected to be able to produce graduates who are not only technically skilled, but also adaptive and innovative in facing the challenges of the world of work and entrepreneurship.

Keywords: *HR Service Quality, Customer Satisfaction, MSMEs*

Abstrak

SMK AT-Taufiqiyyah merupakan salah satu lembaga pendidikan kejuruan yang memiliki potensi besar dalam mencetak lulusan siap kerja dan berwirausaha. Namun, dalam implementasinya, masih ditemukan sejumlah permasalahan. Beberapa peserta didik belum mampu mengidentifikasi dan mengembangkan potensi diri secara optimal, baik dalam aspek keterampilan, sikap profesional, maupun kesiapan menghadapi dunia kerja. Selain itu, kurangnya pemahaman mengenai manajemen sumber daya manusia (SDM) dan strategi pemasaran yang efektif juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing lulusan di era digital. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan berbasis pelatihan dan pendampingan intensif. Solusi yang ditawarkan meliputi: (1) pelatihan manajemen SDM yang mencakup pengenalan potensi diri, pengelolaan waktu, dan peningkatan soft skill; (2) workshop strategi pemasaran kreatif yang mencakup branding, pemanfaatan media sosial, serta teknik digital marketing; dan (3) simulasi proyek kewirausahaan berbasis produk/jasa hasil karya siswa. Kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan pola pikir wirausaha serta meningkatkan kesiapan kerja para siswa.

Target luaran dari kegiatan ini meliputi: (1) meningkatnya pemahaman dan keterampilan peserta didik dalam manajemen SDM dan pemasaran kreatif; (2) terciptanya minimal 3 kelompok usaha siswa yang mempraktikkan hasil pelatihan; (3) tersusunnya modul pelatihan sebagai bahan ajar berkelanjutan di sekolah; serta (4) publikasi kegiatan dalam bentuk artikel populer atau ilmiah. Dengan optimalisasi potensi melalui pendekatan strategis ini, SMK AT-Taufiqiyyah diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga adaptif dan inovatif dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan wirausaha.

Kata kunci: Manajemen SDM dan Strategi Pemasaran Kreatif.

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Pendidikan vokasi di Indonesia, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), memiliki tanggung jawab besar dalam menyiapkan tenaga kerja yang siap pakai, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan dunia kerja yang cepat. SMK diharapkan tidak hanya menjamin penguasaan keterampilan

teknis (hard skills), tetapi juga kemampuan non-teknis (soft skills), manajemen diri, dan strategi pemasaran yang kreatif agar lulusan bisa tidak hanya bekerja tetapi juga menciptakan peluang usaha sendiri. SMK AT-Taufiqiyah sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki potensi yang besar, namun juga menghadapi sejumlah kendala yang jika tidak segera diatasi, dapat menghambat optimalisasi potensi peserta didik.

Analisis Situasi

1. Kondisi Umum SMK dan Tantangan Nasional

Beberapa studi dan laporan memperlihatkan bahwa SMK di Indonesia banyak menghadapi kesenjangan antara kompetensi yang dimiliki lulusan dan kebutuhan dunia usaha/industri. Soft skills seperti komunikasi, kerja sama tim, kepemimpinan, disiplin, inisiatif, dan etika kerja sering disebut sebagai aspek yang kurang memadai. Hard skills memang diajarkan, tapi dalam praktik dunia nyata tuntutan terhadap kemampuan non-teknis seringkali menjadi pembeda.

Selain itu, perkembangan teknologi digital yang sangat cepat mengubah lanskap pemasaran. Pengguna media sosial, marketplace, platform digital, dan alat-pemasaran online lainnya semakin dominan. Banyak usaha kecil/menengah, UMKM, dan wirausaha pemula yang sekarang butuh strategi pemasaran kreatif agar bisa bersaing, menjangkau pasar lebih luas, dan menarik pelanggan. SMK seharusnya menjadi jembatan yang memfasilitasi siswa untuk menguasai teknologi pemasaran digital dan kreativitas dalam promosi, branding, konten, dan pemanfaatan media sosial.

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat dan penelitian menunjukkan keberhasilan intervensi berupa pelatihan digital marketing, konten kreatif, sosial media, strategi pemasaran online, branding, dan pengembangan soft skills. Contohnya: pelatihan digital marketing di SMK Muhammadiyah Sintang dalam menghadapi pasar global dan industri kreatif; pelatihan pemasaran digital di SMK Bina Nasional Informatika Bekasi; sosialisasi bisnis digital; dan optimalisasi pengelolaan konten media sosial. Dari studi-studi tersebut terlihat bahwa siswa SMK bisa merespon positif dan terjadi peningkatan kompetensi setelah pelatihan, tetapi sifat kegiatan tersebut sering bersifat parsial dan belum menyeluruh.

2. Kondisi Khusus dan Potensi SMK AT-Taufiqiyah

Walaupun tidak ada data publik secara spesifik tentang SMK AT-Taufiqiyah tersedia secara detail dalam literatur akademik umum (perlu dikumpulkan data lapangan), dari pengamatan awal dan diskusi dengan pihak sekolah dan siswa, beberapa aspek dapat disimpulkan:

- SMK AT-Taufiqiyah memiliki fasilitas dasar yang memadai, ruang praktek dan teori tersedia, jurusan-jurusan keahlian yang memiliki prospek usaha lokal dan permintaan tenaga kerja.
- Siswa memiliki motivasi untuk memperoleh keahlian dan sering menyatakan keinginan untuk berkarya atau menjadi wirausaha setelah lulus. Namun, keinginan tersebut belum diimbangi

sepenuhnya dengan kesiapan internal: pengelolaan kelompok, organisasi usaha, pengetahuan pemasaran, maupun pemahaman terhadap strategi pemasaran digital.

- Guru dan tenaga pengajar memiliki komitmen tinggi, tetapi seringkali kurang mendapatkan pelatihan terkini mengenai pemasaran digital, teknologi promosi kreatif, penggunaan alat digital untuk branding dan konten, dan manajemen SDM dalam konteks usaha siswa.
- Akses terhadap mentor praktis (pebisnis kreatif atau pengusaha lokal), jaringan pasar, dan praktik langsung usaha masih terbatas, sehingga siswa belum banyak mendapat pengalamannya nyata yang bisa menjadi pembelajaran kritis.

3. Lingkungan Lokal dan Peluang

Secara lokal, SMK AT-Taufiqiyah terletak di wilayah di mana akses internet relatif tersedia, masyarakat sekitar memiliki potensi kebutuhan terhadap produk/jasa lokal, dan ada peluang untuk menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lokal. Hal ini menjadi keuntungan jika siswa dan sekolah mampu memanfaatkan peluang pemasaran kreatif dan manajemen SDM yang baik.

Adanya dukungan kebijakan dari pemerintah untuk pendidikan vokasi dan program-program tentang kewirausahaan dan pemasaran digital juga membuka ruang untuk intervensi. Banyak SMK di Indonesia telah menjalankan pelatihan digital marketing dan kewirausahaan, yang terbukti meningkatkan kesiapan dan kapasitas siswa.

4. Permasalahan Mitra

Dari situasi di atas, permasalahan yang dihadapi SMK AT-Taufiqiyah dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Identifikasi potensi diri siswa yang belum optimal

Banyak siswa belum memiliki pemahaman tentang kekuatan dan kelemahan mereka dalam hal teknis, kreatif, dan non-teknis. Tanpa identifikasi ini, implementasi pengembangan kurang terarah.

b. Kekurangan dalam manajemen SDM internal pada proyek atau usaha siswa

Manajemen sumber daya manusia di sini mencakup organisasi kerja kelompok, distribusi tugas, kepemimpinan, motivasi internal, evaluasi kerja, dan pengelolaan konflik. Sering terjadi bahwa proyek siswa kurang efektif karena peran tidak jelas, koordinasi buruk, dan kurangnya kepemimpinan atau panduan.

c. Kurangnya pemahaman dan penguasaan strategi pemasaran modern/ kreatif

Siswa belum terbiasa menggunakan strategi pemasaran digital seperti branding, konten kreatif, pemanfaatan media sosial sebagai channel promosi, marketplace, analisis data pelanggan, pemasaran visual (fotografi, desain konten), storytelling produk. Strategi offline sering masih dominan dan tidak cukup menjangkau pasar luas.

d. Pengalaman praktik yang terbatas

Siswa sedikit yang mendapatkan kesempatan untuk mencoba usaha nyata atau simulasi usaha dengan tantangan dunia nyata (modal, pemasaran, feedback konsumen, distribusi). Keterbatasan praktik ini menyebabkan gap antara teori dan praktik.

e. Keterbatasan sumber daya pendukung

- Akses teknologi promosi (tools desain grafis, editing, platform digital) mungkin belum memadai.
- Kompetensi guru/pembimbing dalam pemasaran digital dan manajemen SDM usaha kreatif masih perlu pengembangan.
- Dukungan materi/ modul pelatihan yang kontekstual dan sistematis, sesuai dengan kebutuhan siswa dan kondisi lokal, belum tersusun dengan baik.
- Modal atau sumber dana untuk usaha siswa, terutama untuk branding/promosi online, pengadaan bahan baku, packaging, penyediaan akses internet yang stabil dan cepat.

f. Kurangnya jaringan pasar dan pemasaran eksternal

Produk atau jasa hasil karya siswa kadang hanya dipasarkan di lingkungan sekolah atau komunitas lokal saja, belum bisa menjangkau pasar lebih besar, belum ada strategi pemasaran jangka panjang dan relasi bisnis/ kemitraan yang kuat dengan pelaku usaha lokal, pemasok, distributor, atau platform digital.

g. Motivasi dan mindset kewirausahaan yang perlu diperkuat

Meskipun ada motivasi, mindset kewirausahaan (mengambil risiko, berinovasi, tidak takut gagal, berpikir kreatif, terus belajar) belum sepenuhnya menjadi bagian dari budaya siswa. Siswa sering terkendala oleh rasa takut mencoba, rendahnya rasa percaya diri dalam memasarkan usaha sendiri, dan kurangnya contoh/contoh praktis keberhasilan usaha siswa di lingkungan sekitar.

5. Signifikansi dan Urgensi

Permasalahan-permasalahan tersebut memiliki dampak yang signifikan:

- a. Tanpa pengembangan manajemen SDM internal dan strategi pemasaran kreatif, lulusan SMK AT-Taufiqiyah kemungkinan besar kurang siap memasuki dunia kerja atau berwirausaha secara mandiri.
- b. Keterbatasan soft skills dan pemasaran digital akan membuat daya saing mereka rendah, terutama dibanding lulusan yang sudah terbiasa dengan teknologi dan strategi promosi modern.
- c. Potensi usaha kreatif siswa yang bagus bisa terbuang karena pemasaran tidak efektif atau manajemen internal yang buruk, sehingga usaha tidak berkembang atau bahkan gagal.
- d. Dampaknya tidak hanya pada individu siswa, tetapi juga pada sekolah dan komunitas: produk lokal tidak termanfaatkan, ekonomi lokal tidak tumbuh maksimal, sekolah kehilangan peluang untuk menjadi pusat keunggulan dalam vokasi dan kewirausahaan.

6. Gap Antara Harapan dan Realitas

Beberapa harapan umum dari SMK dan stakeholder (orang tua, industri, pemerintah) terkait lulusan SMK adalah:

- a. Lulusannya siap kerja atau mandiri dengan usaha sendiri;
- b. Bisa beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar;
- c. Memiliki soft skills yang baik;
- d. Mampu memasarkan produk/ jasanya dengan baik;
- e. Punya kreativitas dan inovasi dalam usaha yang dijalani.

Realitas yang ditemukan di SMK AT-Taufiqiyah menunjukkan bahwa beberapa aspek tersebut masih perlu dikuatkan. Misalnya, meski siswa memiliki pengalaman teknis, mereka belum cukup mendapatkan latihan dalam membangun branding, menghadapi persaingan pasar, atau menggunakan alat pemasaran digital secara optimal. Begitu juga, meskipun kerja kelompok dan proyek di sekolah sudah ada, pengelolaan SDM dalam kelompok usaha masih belum sistematis.

7. Relevansi dengan Literatur dan Praktik Pengabdian

Beberapa penelitian pengabdian masyarakat telah mengangkat masalah serupa dan menunjukkan solusi-solusi yang berhasil:

- a. Pelatihan digital marketing untuk siswa SMK sebagai upaya meningkatkan kompetensi kewirausahaan, promosi, branding, konten kreatif.
- b. Kegiatan pengembangan soft skills (komunikasi, kepemimpinan, kerja tim) melalui pelatihan langsung, simulasi, dan proyek nyata.
- c. Workshop konten media sosial, pemanfaatan marketplace atau platform online bagi siswa untuk memasarkan produk mereka.

Dari literatur ini terlihat bahwa intervensi yang menggabungkan pelatihan pemasaran kreatif dan pengembangan SDM (termasuk manajemen diri dan kelompok) mampu memberikan efek positif: peningkatan keterampilan, motivasi berwirausaha, dan kesiapan kerja.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dirancang dengan fokus pada “manajemen SDM internal” dan “strategi pemasaran kreatif” akan sangat relevan dan mendesak. Dengan intervensi yang tepat, SMK AT-Taufiqiyah dapat meningkatkan kapasitas peserta didik tidak hanya sebagai calon pekerja, tetapi sebagai pelaku usaha kreatif yang mampu bersaing, berinovasi, beradaptasi, dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi lokal dan nasional.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis, partisipatif, dan berorientasi pada hasil nyata. Tujuan utamanya adalah mengoptimalkan potensi peserta didik di SMK AT-Taufiqiyah dengan membekali mereka kemampuan dalam manajemen

SDM (Sumber Daya Manusia) dan strategi pemasaran kreatif yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan dunia usaha saat ini.

Metode pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahap, yang meliputi: **persiapan**, pelaksanaan program inti, evaluasi, dan tindak lanjut. Setiap tahap memiliki kegiatan rinci yang saling terintegrasi satu sama lain.

1. Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan landasan awal yang penting agar pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai kebutuhan mitra. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

a. Koordinasi dan Survei Awal Mitra

- Tim pengabdian melakukan kunjungan ke SMK AT-Taufiqiyah untuk berkoordinasi dengan kepala sekolah, guru pembimbing, dan siswa yang menjadi sasaran kegiatan.
- Survei dilakukan untuk menggali data awal mengenai:
 - 1) Kebutuhan dan masalah utama siswa
 - 2) Profil kelas/jurusan sasaran
 - 3) Fasilitas pendukung yang tersedia
 - 4) Akses teknologi dan kesiapan guru pendamping

b. Penyusunan Desain Program

- Berdasarkan hasil survei, tim menyusun desain program yang mencakup:
 - 1) Materi pelatihan manajemen SDM
 - 2) Modul strategi pemasaran kreatif
 - 3) Rencana simulasi proyek kewirausahaan siswa
 - 4) Mekanisme evaluasi dan penilaian
- Desain program mempertimbangkan pendekatan partisipatif, berbasis proyek, dan kontekstual.

c. Penyusunan Modul dan Materi

- Tim menyiapkan materi ajar yang mencakup:
 - 1) Buku saku pelatihan manajemen SDM dan pemasaran kreatif
 - 2) Lembar kerja peserta
 - 3) Template konten promosi (desain grafis, caption media sosial)
 - 4) Panduan pembentukan tim dan struktur organisasi usaha
 - 5) Format laporan dan portofolio siswa

2. Tahap Pelaksanaan Program Inti

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Semua solusi yang dirancang akan diterapkan melalui pelatihan, workshop, pendampingan, hingga praktik langsung. Kegiatan dibagi ke dalam beberapa sub-tahapan berikut:

a. Pelatihan Identifikasi Potensi Diri dan Pembentukan Tim Usaha

Tujuan kegiatan ini adalah membantu siswa mengenali kekuatan dan potensi diri mereka untuk kemudian dikelompokkan dalam tim usaha yang seimbang.

Langkah-langkah:

- Siswa mengikuti sesi “Kenali Dirimu” menggunakan tools sederhana seperti:
 - 1) Tes minat bakat
 - 2) Tes gaya kerja (individu/kolaboratif)
 - 3) Refleksi potensi dan pengalaman pribadi
- Hasil identifikasi kemudian digunakan untuk membentuk kelompok usaha siswa (3–5 orang per kelompok) dengan komposisi yang saling melengkapi (produksi, desain, promosi, keuangan, dsb.).
- Masing-masing tim diberikan panduan penyusunan struktur organisasi usaha dan pembagian peran.

b. Pelatihan Manajemen SDM dalam Konteks Usaha Siswa

Sesi ini bertujuan untuk membekali siswa dengan pemahaman dasar manajemen sumber daya manusia dalam konteks tim kerja kewirausahaan.

Materi inti:

- Konsep dasar organisasi usaha kecil
- Penetapan struktur dan job description
- Perencanaan kerja tim (jadwal, target)
- Teknik komunikasi tim dan penyelesaian konflik
- Monitoring dan evaluasi kinerja tim

Metode:

- Penyampaian materi melalui simulasi dan studi kasus.
- Diskusi kelompok tentang permasalahan kerja tim yang mungkin muncul.
- Latihan penyusunan dokumen kerja tim (jadwal, struktur organisasi, form evaluasi tim).

c. Workshop Strategi Pemasaran Kreatif dan Digital

Pelatihan ini membekali siswa dengan keterampilan pemasaran yang kreatif dan praktis, terutama melalui media digital.

Topik yang diberikan:

- Dasar pemasaran kreatif (4P, branding, positioning)
- Copywriting dan storytelling produk
- Fotografi produk dengan alat sederhana (HP)
- Desain konten promosi (menggunakan Canva)
- Video promosi pendek (menggunakan CapCut atau aplikasi lain)
- Strategi penggunaan media sosial: Instagram, TikTok, Facebook
- Pemanfaatan marketplace untuk pemula

Praktik langsung:

- Masing-masing tim membuat akun media sosial usaha mereka.
- Setiap tim memproduksi konten (foto, video, caption) untuk mempromosikan produk/jasa mereka.
- Review konten dilakukan oleh tim pengabdian dan guru pembimbing.

d. Simulasi Proyek Usaha Siswa (Proyek Terpadu)

Ini adalah puncak kegiatan di mana seluruh hasil pelatihan diterapkan secara nyata oleh siswa dalam bentuk proyek usaha kelompok.

Langkah-langkah:

Perencanaan usaha: Masing-masing tim menyusun proposal usaha sederhana (produk, harga, target pasar, strategi promosi, pembagian tugas).

- Produksi dan promosi:
 - 1) Siswa memproduksi produk/jasa dan melakukan promosi selama 2-3 minggu.
 - 2) Seluruh kegiatan dipantau melalui laporan harian dan jurnal kelompok.
- Penjualan dan evaluasi:
 - 1) Siswa mencoba menjual produk secara langsung maupun online.
 - 2) Evaluasi dilakukan melalui diskusi reflektif: apa yang berhasil, tantangan yang dihadapi, dan pelajaran yang diperoleh.

e. Pendampingan Intensif dan Monitoring

Selama pelaksanaan program, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif agar siswa dapat menyelesaikan proyek dengan baik.

Bentuk pendampingan:

- Kunjungan rutin ke sekolah untuk memantau progres
- Klinik konsultasi promosi dan manajemen tim
- Diskusi kelompok kecil (coaching session)
- Evaluasi mingguan bersama guru pembimbing

3. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program serta memberikan ruang refleksi bagi siswa dan guru.

Kegiatan evaluasi:

- Penyebaran kuesioner pre dan post test kepada siswa untuk melihat peningkatan pengetahuan dan keterampilan.
- Review portofolio dan laporan usaha kelompok siswa.
- Presentasi akhir oleh masing-masing kelompok (pitching usaha dan hasil pelaksanaan proyek).
- Diskusi terbuka dengan guru dan siswa tentang keberlanjutan program.

4. Tahap Tindak Lanjut dan Keberlanjutan

Agar program ini tidak berhenti setelah kegiatan pengabdian, maka disusun strategi keberlanjutan.

Langkah-langkah:

- Penyerahan modul pelatihan dan panduan guru untuk diintegrasikan dalam kegiatan sekolah.
- Pelatihan singkat untuk guru sebagai fasilitator internal kewirausahaan dan pemasaran digital.
- Rekomendasi pembentukan "Kelas Wirausaha Kreatif" di sekolah.
- Menjalin kemitraan dengan UMKM lokal dan dinas terkait untuk memperluas jejaring usaha siswa.
- Publikasi hasil karya siswa di media sosial sekolah dan platform digital.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menyentuh berbagai aspek penting dalam pengembangan potensi peserta didik SMK AT-Taufiqiyah, mulai dari identifikasi potensi individu, penguatan kerja tim melalui manajemen SDM yang baik, hingga keterampilan promosi dan pemasaran digital yang kreatif dan aplikatif. Pendekatan berbasis praktik dan partisipatif diyakini mampu memberikan pengalaman belajar bermakna dan membekali siswa dengan kemampuan nyata untuk menghadapi tantangan dunia kerja dan wirausaha.

Dengan dukungan guru, tim pengabdian, dan lingkungan sekolah, kegiatan ini diharapkan tidak hanya menjadi program sesaat, tetapi menjadi pemicu perubahan positif yang berkelanjutan dalam pengembangan kompetensi peserta didik.



Gambar 1 Narasumber Menjelaskan

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di lokasi SMK AT-Taufiqiyah yang beralamat di Jl. Raya Serang Pandeglang Km. 13 Lapangan Baros Serang, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Observasi Awal dan Analisis Kebutuhan
 - a. Analisis Potensi Peserta Didik

- Dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mengetahui minat, bakat, serta kemampuan soft skills dan hard skills siswa.
 - Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki potensi dalam bidang contoh: desain grafis, tata boga, otomotif, digital marketing, namun belum dikelola secara optimal.
- b. Pelatihan Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia)
- Pelatihan diberikan mengenai konsep dasar manajemen diri, kepemimpinan, komunikasi efektif, dan kerja tim.
 - Tujuannya agar siswa mampu mengelola potensi diri dan bekerja secara produktif dalam kelompok usaha sekolah.
- c. Workshop Strategi Pemasaran Kreatif
- Materi mencakup teknik pemasaran digital (media sosial, marketplace, branding), serta pembuatan konten promosi yang menarik.
 - Narasumber berasal dari praktisi bisnis lokal dan alumni yang telah sukses dalam wirausaha.
- d. Implementasi Proyek Wirausaha Sekolah
- Siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok usaha (unit produksi sekolah) berdasarkan bidang keahlian.
 - Setiap kelompok menerapkan hasil pelatihan untuk merancang dan memasarkan produk mereka secara kreatif.
- e. Evaluasi dan Pendampingan
- Dilakukan monitoring mingguan terhadap kinerja kelompok dan strategi pemasaran yang digunakan.
 - Evaluasi akhir dilakukan untuk menilai peningkatan kompetensi siswa, hasil penjualan, serta efektivitas strategi SDM dan pemasaran yang diterapkan.



Gambar 2 Sambutan Perwakilan Pihak Sekolah

Pembahasan

1. Peningkatan Kompetensi Siswa melalui Manajemen SDM

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan, siswa menunjukkan peningkatan kemampuan dalam hal:

- a. Disiplin dan tanggung jawab terhadap tugas kelompok.
- b. Kemampuan mengatur waktu dan membagi peran secara efektif.
- c. Meningkatnya kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi interpersonal.

Penerapan prinsip manajemen SDM di lingkungan sekolah terbukti membantu siswa memahami pentingnya pengelolaan potensi individu untuk mencapai tujuan bersama.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran Kreatif

Melalui pelatihan pemasaran digital, siswa mampu memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk promosi produk.

Beberapa strategi yang terbukti efektif antara lain:

- a. Branding produk sekolah dengan logo dan slogan menarik.
- b. Konten promosi kreatif seperti video singkat, testimoni pelanggan, dan posting rutin.
- c. Kerjasama dengan komunitas lokal untuk memperluas jangkauan pasar.

Dampaknya, penjualan produk siswa meningkat rata-rata [contoh: 40% dalam dua bulan], dan jumlah pelanggan baru bertambah secara signifikan.

3. Sinergi Manajemen SDM dan Pemasaran Kreatif

Kombinasi kedua aspek ini menciptakan lingkungan belajar yang produktif dan inovatif.

- a. SDM yang terkelola dengan baik menghasilkan tim kerja yang solid.
- b. Strategi pemasaran kreatif memperluas peluang dan meningkatkan nilai jual produk siswa.
- c. Kedua hal tersebut secara langsung mengoptimalkan potensi peserta didik, tidak hanya dalam aspek akademik tetapi juga kewirausahaan.

4. Dampak terhadap Sekolah

- a. Sekolah memperoleh citra positif sebagai lembaga yang mampu mengembangkan potensi siswa secara kreatif dan mandiri.
- b. Terbentuknya unit produksi sekolah yang berkelanjutan menjadi wadah pembelajaran kontekstual.
- c. Meningkatnya motivasi siswa untuk berwirausaha dan melanjutkan karier sesuai kompetensi keahliannya.

Hambatan dan Solusi

Tabel 1. Hambatan dan Solusi

Hambatan	Solusi yang Diterapkan
Kurangnya pemahaman awal siswa tentang manajemen SDM	Memberikan pelatihan dasar dan pendampingan intensif.
Keterbatasan alat promosi dan modal usaha	Memanfaatkan platform digital gratis dan dukungan dari sekolah.
Waktu kegiatan yang terbatas di tengah jadwal pelajaran	Menjadwalkan kegiatan di luar jam pelajaran utama dan sistem shift kelompok.



Gambar 3 Sesi Tanya Jawab

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Optimalisasi Potensi Peserta Didik SMK At-Taufiqiyah melalui Manajemen SDM dan Strategi Pemasaran Kreatif, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan potensi dan kompetensi peserta didik. Melalui pelatihan manajemen diri, kepemimpinan, dan kerja tim, siswa menjadi lebih disiplin, bertanggung jawab, dan mampu mengelola tugas secara efektif.
2. Strategi pemasaran kreatif berbasis digital memberikan dampak positif terhadap kemampuan siswa dalam berwirausaha. Pemanfaatan media sosial dan teknik branding yang menarik membuat produk siswa lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat.
3. Sinergi antara manajemen SDM dan pemasaran kreatif menciptakan sistem pembelajaran yang inovatif, aplikatif, dan berorientasi pada dunia kerja. Hal ini tidak hanya mengoptimalkan potensi akademik dan keterampilan siswa, tetapi juga menumbuhkan karakter mandiri, kreatif, dan berjiwa wirausaha.

4. Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan citra sekolah sebagai lembaga pendidikan kejuruan yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan mampu menghasilkan lulusan yang siap bersaing di dunia industri maupun berwirausaha secara mandiri.

Agar kegiatan serupa dapat berjalan lebih optimal di masa mendatang, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Sekolah

Perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan terhadap unit-unit usaha siswa agar kegiatan wirausaha tidak berhenti setelah program selesai. Sekolah dapat menjalin kerja sama dengan dunia industri dan komunitas wirausaha lokal untuk memperluas jaringan pemasaran dan pengalaman praktik siswa.

2. Untuk Guru dan Pembimbing

Guru perlu terus mengembangkan kompetensi dalam bidang manajemen SDM dan pemasaran digital, sehingga mampu menjadi fasilitator yang relevan dengan kebutuhan zaman. Pembimbing disarankan memberikan ruang bagi siswa untuk berinovasi dan berkreasi sesuai minat serta bakatnya.

3. Untuk Peserta Didik

Diharapkan terus mengembangkan potensi diri, berani mencoba ide baru, dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan sekolah. Siswa perlu menjaga semangat kolaboratif dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan, sebagai bekal menghadapi dunia kerja maupun usaha mandiri.

4. Untuk Pemerintah dan Stakeholder Pendidikan

Diperlukan dukungan program dan kebijakan yang mendorong penguatan keterampilan kewirausahaan di sekolah kejuruan, terutama melalui pelatihan dan akses pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, Michael. (2009). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page.
- Daryanto & Rahardjo, M. (2012). *Model Pembelajaran Inovatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hadi, S. (2020). "Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa Melalui Pembelajaran Berbasis Proyek". *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(2), 145–155. <https://doi.org/10.21831/jpv.v10i2.32047>
- Handoko, T. Hani. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPF.
- Indrajit, R.E. (2017). *Digital Marketing: Strategi Pemasaran Produk di Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Kurikulum Operasional SMK: Implementasi Pembelajaran Berbasis Dunia Kerja*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latif, L., Kamaludin, K., & Sunarto, A. (2024). Ketahanan Berwirausaha, Daya Hidup Ukm Dan Keberlangsungan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Untuk Menciptakan Sdm Yang Unggul. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 4(2), 81-89.
- Mulyasa, E. (2013). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Purnomo, H. (2018). "Strategi Pemasaran Produk Kreatif Siswa SMK Melalui Media Sosial". *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 20–29.
- Ridwan, M. (2015). "Pengembangan Potensi Diri Siswa Melalui Pendidikan Karakter". *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(2), 112–119.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Heru. (2014). *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Yuwono, Dwi. (2021). "Pemberdayaan Siswa Melalui Manajemen SDM dalam Kegiatan Wirausaha Sekolah". *Jurnal Abdimas*, 5(2), 130–138.