



Sosialisasi Peran Pendidikan Dalam Meningkatkan Personal Branding Karyawan

Ratna Triwulandari¹, Lies Faiza Suraya Kuncoro², Teguh Kurniawan³, Dany Febrianto³

* Corresponden author Email :ratnatri.wulan1@gmail.com¹

^{1,2,3}Akademi Pariwisata dan Perhotelan Ganesha

⁴ Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang

Received : 08-05-2026

Revised : 20-06-2026

Accepted : 10-07-2026

Abstrak

Pengembangan personal branding menjadi faktor penting dalam meningkatkan profesionalisme, kepercayaan diri, dan daya saing karyawan di era transformasi digital. Namun, masih banyak karyawan yang belum memahami pentingnya membangun citra profesional dan mengembangkan kompetensi secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan karyawan dalam membangun personal branding melalui sosialisasi edukatif. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi interaktif, diskusi, studi kasus, praktik penyusunan strategi personal branding, serta evaluasi pemahaman peserta. Materi mencakup konsep personal branding, pengenalan potensi diri, etika kerja, peran pendidikan, dan pemanfaatan media digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya personal branding, kemampuan mengenali potensi diri, menyusun strategi pengembangan kompetensi, serta meningkatkan komunikasi profesional di lingkungan kerja. Program ini memberikan kontribusi positif dalam mendukung pengembangan sumber daya manusia yang lebih profesional, kompetitif, dan siap menghadapi tantangan dunia kerja.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, pendidikan, personal branding, karyawan, pengembangan kompetensi, profesionalisme.

Abstract

The development of personal branding has become an essential factor in enhancing employees' professionalism, self-confidence, and competitiveness in the era of digital transformation. However, many employees still lack an understanding of the importance of building a professional image and continuously developing their competencies. This community service program aimed to improve employees' knowledge and skills in developing personal branding through educational outreach activities. The implementation methods included interactive lectures, discussions, case studies, practical exercises in developing personal branding strategies, and participant comprehension evaluations. The materials covered the concepts of personal branding, self-potential identification, workplace ethics, the role of education, and the effective use of digital media to establish a professional image. The results demonstrated an improvement in participants' understanding of the importance of personal branding, their ability to identify personal strengths, develop competency enhancement strategies, and improve professional communication in the workplace. Overall, the program made a positive contribution to strengthening human resource development by fostering more professional, competitive, and work-ready employees capable of addressing the challenges of the modern workplace.

Keywords: community service, education, personal branding, employees, competency development, professionalism.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja pada era globalisasi dan transformasi digital menuntut setiap karyawan untuk tidak hanya memiliki kompetensi teknis (*hard skills*), tetapi juga kompetensi nonteknis (*soft skills*) yang mampu meningkatkan daya saing di lingkungan kerja. Persaingan yang semakin kompetitif mendorong individu untuk terus mengembangkan kemampuan profesional, membangun komunikasi yang efektif, serta menciptakan citra diri yang positif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah membangun *personal branding* yang kuat sebagai penguatan karakter, integritas, dan nilai profesional yang dimiliki seseorang.

Personal branding merupakan proses membangun persepsi positif terhadap diri sendiri melalui kemampuan, perilaku, etika, serta kontribusi yang ditunjukkan secara konsisten. Bagi seorang karyawan yang bekerja pada dunia industri, *personal branding* tidak hanya berfungsi sebagai sarana meningkatkan kepercayaan dari rekan kerja dan pimpinan, tetapi juga menjadi modal penting dalam pengembangan karier, peningkatan produktivitas, serta pencapaian tujuan organisasi. Karyawan yang memiliki *personal branding* yang baik cenderung lebih percaya diri, mampu beradaptasi

terhadap perubahan, memiliki komunikasi yang efektif, serta lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja yang terus berkembang.

Pada saat ini karyawan yang berasal dari jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan maupun Sekolah Menengah Umum, ketika dalam pekerjaannya sudah mendapat apresiasi pendapatan yang memenuhi kebutuhan hidup, cenderung enggan untuk melanjutkan Pendidikan berkelanjutan. Pemahaman tersebut menyebabkan proses pengembangan diri melalui peran pendidikan kurang digapai secara serius. *Personal branding* dengan peran Pendidikan, mampu meningkatkan kompetensi, integritas, etika kerja, kemampuan berkomunikasi, kepemimpinan, kolaborasi, dan komitmen terhadap peningkatan kualitas diri. Rendahnya pemahaman mengenai aspek-aspek tersebut menjadi salah satu kendala dalam menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan adaptif.

Pendidikan memiliki peran strategis dalam membentuk kualitas sumber daya manusia. Pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai proses transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter, peningkatan keterampilan, penguatan etika profesional, serta pengembangan kemampuan berpikir kritis dan kreatif.

Dalam konteks dunia kerja, pendidikan yang dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, maupun pembelajaran berkelanjutan mampu meningkatkan kompetensi karyawan sehingga mereka lebih siap membangun *personal branding* yang positif dan profesional.

Sebagai salah satu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi media untuk mentransfer ilmu pengetahuan kepada masyarakat maupun dunia usaha melalui kegiatan edukasi yang aplikatif. Sosialisasi mengenai peran pendidikan dalam meningkatkan *personal branding* karyawan diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengembangan kompetensi, komunikasi profesional, etika kerja, kemampuan beradaptasi, sampai dengan pemanfaatan teknologi digital secara bertanggung jawab. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi, studi kasus, serta sesi tanya jawab. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta sekaligus mendorong penerapan nilai-nilai profesional dalam lingkungan kerja.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan

pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran karyawan mengenai pentingnya peran pendidikan dalam membangun *personal branding* yang profesional, beretika, dan berdaya saing. Melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan peserta mampu menerapkan hasil pembelajaran dalam aktivitas kerja sehari-hari sehingga dapat meningkatkan kualitas individu sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, serta disesuaikan dengan kondisi bahwa peran pendidikan sangatlah penting dalam membangun *personal branding* karyawan, maka **Sosialisasi tentang Peran Pendidikan dalam meningkatkan Personal Branding karyawan adalah penting sebagai investasi jangka panjang dalam berkarir.** Personal branding melalui peran pendidikan adalah investasi yang memberikan *multiple returns* dalam hal peningkatan kompetensi; membangun kredibilitas; memperluas *network*; dan dapat membuka akses peluang karir yang lebih baik.

II. METODE PELAKSANAAN

2.1 Pendekatan dan Jenis Pengabdian

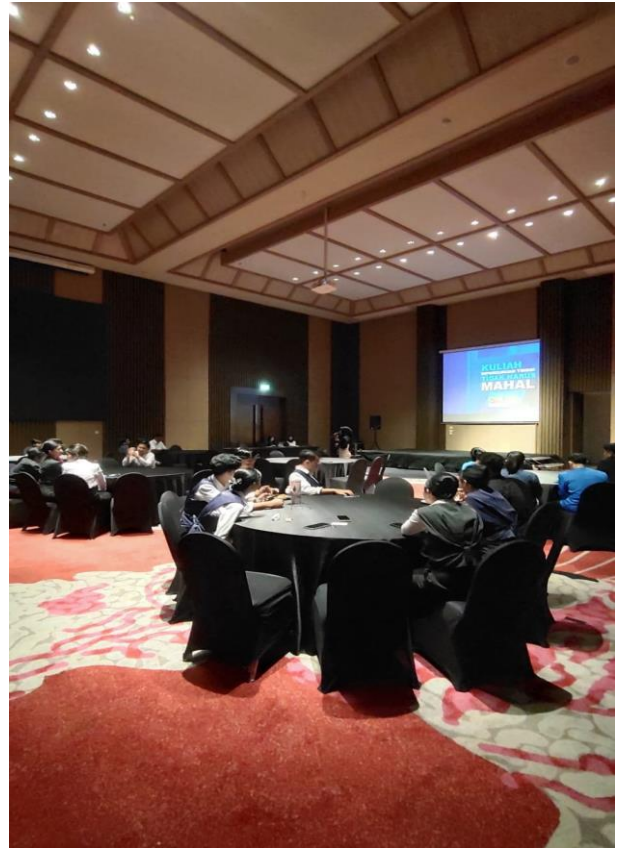
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode edukasi dengan pendekatan *komunikatif* dan *partisipatif*, seperti ceramah, diskusi, dan studi kasus. Pendekatan ini memungkinkan

terjadinya interaksi dua arah antara pemateri dan peserta sehingga materi yang disampaikan dapat dipahami secara lebih mendalam.

Sosialisasi yang bersifat *partisipatif* dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman terhadap peran pendidikan untuk meningkatkan personal branding karyawan yang bekerja pada industri khususnya perhotelan, karena peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dilibatkan dalam proses analisis kasus yang ada kaitannya dengan materi sosialisasi.

2.2 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 2 tempat yaitu: (1) Lokasi Golden Tulip Holland Resort Batu terletak di Jalan Bukit Panderman Hill Nomor 10 Batu. Lokasi ini dipilih karena merupakan rekan industri dari civitas akademika. Pelaksanaan sosialisasi tersebut ditujukan pada beberapa karyawan di hotel tersebut yang berstatus magang yang hampir sebagian besar dari lulusan SMK/SMU, disamping terdapat juga karyawan tetap yang masih berada pada strata pendidikan tersebut. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 1 hari pada hari **Rabu, tanggal 18 Februari 2026**



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2026.

(2) Lokasi mitra industri Hotel Grand Mercure Malang Mirama yang terletak di Jalan Panji Suroso Nomor 7 Malang. Lokasi ini dipilih karena juga merupakan mitra industri perhotelan yang sudah lama bekerja sama dengan sivitas akademika. Sosialisasi berlangsung selama 1 hari pada hari **Rabu, tanggal 10 Juni 2026.**



Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2026.

2.3 Subjek dan Objek Kegiatan

Subjek dalam kegiatan pengabdian ini adalah karyawan, dosen, dan pihak penyelenggara dari mitra industri perhotelan. Objek kegiatan pengabdian adalah sosialisasi tentang edukasi dan peran pendidikan dalam meningkatkan personal branding karyawan.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian ini meliputi:

1. **Observasi**, dilakukan secara langsung selama pelaksanaan kegiatan sosialisasi. Tim pengabdian mengamati partisipasi, antusiasme, serta respons karyawan terhadap materi yang disampaikan. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui

keterlibatan aktif peserta serta dinamika kegiatan sosialisasi.

2. **Kuesioner**, digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman mahasiswa sebelum dan setelah kegiatan sosialisasi. Kuesioner berisi pertanyaan yang berkaitan dengan pengetahuan karyawan tentang peran pendidikan berkelanjutan dalam pengembangan kompetensi, komunikasi profesional, etika kerja, kemampuan beradaptasi, sampai dengan pemanfaatan teknologi digital secara bertanggung jawab. Hasil kuesioner menjadi dasar dalam menilai peningkatan pemahaman peserta.
3. **Wawancara**, dilakukan kepada beberapa peserta sosialisasi dan pihak terkait, seperti karyawan hotel, pihak Hrd hotel, maupun pihak lain yang terkait. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai peran pendidikan dalam meningkatkan personal branding karyawan.
4. **Dokumentasi**, digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa foto kegiatan, daftar hadir peserta, materi sosialisasi, serta notulensi kegiatan. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pelaksanaan kegiatan pengabdian dan pendukung analisis hasil kegiatan.

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam studi ini menggunakan **model analisis Miles &**

Huberman, yang menguraikan tiga tahapan analisis data kualitatif, yaitu:

1. **Reduksi Data**, dengan memilih dan menyederhanakan data hasil observasi, kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi yang relevan dengan tujuan pengabdian.
2. **Penyajian Data (Data Display)**, dengan menyusun data secara sistematis dalam bentuk narasi, tabel, atau deskripsi untuk memudahkan pemahaman.
3. **Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan**, yaitu merumuskan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan lapangan yang diperoleh selama proses pendampingan (Sugiyono, 2020).

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan merupakan langkah awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memastikan bahwa program sosialisasi berjalan sesuai dengan tujuan, yaitu pemahaman karyawan akan pentingnya menempuh pendidikan berkelanjutan untuk meningkatkan personal branding, pengembangan kompetensi, penguasaan komunikasi dengan baik, pemecahan kasus dalam dunia industri.

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak hotel khususnya pada tingkat Hrd untuk mengidentifikasi kebutuhan dan data karyawan terkait strata pendidikan. Selanjutnya, tim

menyusun materi sosialisasi yang mencakup peran pendidikan dalam personal branding, dampak pendidikan dalam personal branding, pengenalan potensi diri, strategi peningkatan personal branding, sampai dengan aspek pemanfaatan teknologi digital.

3.2 Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan secara tatap muka, menyesuaikan dengan kondisi dan jumlah peserta. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan metode ceramah *interaktif*, diskusi, dan studi kasus. Karyawan diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan menyampaikan pertanyaan terkait permasalahan hukum yang mungkin dihadapi selama magang di luar negeri. Metode ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi dua arah sehingga materi yang disampaikan dapat dipahami secara optimal.

3.3 Sosialisasi dan Diskusi

Selain penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi mempelajari dan mendiskusikan terhadap sebuah paparan kasus. Bentuk kasus yang dipaparkan terkait peran pendidikan dalam peningkatan personal branding karyawan adalah sebagai berikut :

1. **Data**, Rina, 32 tahun, bekerja sebagai accounting staff selama 5 tahun tanpa ada promosi yang signifikan.

Strategi Pendidikan yang dimiliki adalah



mengambil sertifikasi CPA (Certified Public Accountant). Melanjutkan MBA dengan fokus finance. **Kesimpulan** Dalam dua tahun, Rina dipromosikan menjadi Finance Manager, dan setahun kemudian menjadi Senior Finance Manager. Personal brandingnya sebagai expert di financial analytics membuatnya sering diminta sebagai speaker internal dan konsultan untuk project-project strategis.

3.4 Tahap Evaluasi.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan sosialisasi. Evaluasi dilakukan dengan membagikan *kuesioner* pasca sosialisasi (post-test) kepada peserta guna mengetahui peningkatan pemahaman karyawan terhadap materi peran pendidikan dalam peningkatan personal branding karyawan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui umpan balik dari peserta terkait manfaat kegiatan, kejelasan materi, serta relevansi sosialisasi dengan kebutuhan mahasiswa.

3.5 Tahap Pelaporan.

Tahap akhir pelaksanaan kegiatan adalah penyusunan laporan pengabdian kepada masyarakat. Laporan disusun berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, *kuesioner* serta hasil evaluasi kegiatan. Laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi industri perhotelan dalam upaya meningkatkan personal branding karyawan melalui upaya dukungan karir bagi karyawan untuk menempuh pendidikan

berkelanjutan dari Sekolah Menengah Kejuruan/Sekolah Menengah Umum ke pendidikan berkelanjutan berikutnya yaitu pendidikan vokasi (diploma tiga) maupun Strata-1 sesuai dengan kompetensi karyawan masing-masing.

IV. HASIL KEGIATAN DAN EVALUASI

4.1 Hasil Pencapaian Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "**Sosialisasi Peran Pendidikan dalam Meningkatkan Personal Branding Karyawan**" dilaksanakan sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam memberikan edukasi kepada karyawan mengenai pentingnya pendidikan sebagai sarana pengembangan kompetensi dan pembentukan citra profesional. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep *personal branding*, pentingnya pendidikan berkelanjutan, serta strategi membangun citra diri yang positif di lingkungan kerja. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan melalui metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, serta sesi tanya jawab. Materi yang disampaikan meliputi:

1. Konsep dasar dan urgensi *personal branding* dalam dunia kerja.
2. Peran pendidikan dalam meningkatkan kompetensi dan profesionalisme karyawan.



3. Pengembangan keterampilan komunikasi dan etika profesional.
4. Strategi membangun citra profesional di lingkungan kerja dan media digital.
5. Penyusunan rencana pengembangan diri (*personal development plan*) sebagai bagian dari pembelajaran berkelanjutan.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang cukup bagus. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, keterlibatan aktif dalam diskusi, serta kemampuan peserta dalam menganalisis studi kasus yang diberikan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki peran yang efektif dalam meningkatkan pemahaman karyawan mengenai hubungan antara pendidikan dan *personal branding*. Pendidikan menjadi salah satu instrumen utama dalam membentuk kompetensi, karakter, serta profesionalisme yang menjadi fondasi terbentuknya citra diri yang positif di lingkungan kerja. Pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun nonformal memungkinkan karyawan meningkatkan kemampuan teknis, keterampilan interpersonal, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan.

Dalam perspektif pengembangan sumber daya manusia, *personal branding* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mempromosikan diri, tetapi juga oleh kualitas kompetensi yang dimiliki. Oleh karena

itu, pendidikan berkelanjutan menjadi faktor penting yang mendukung terbentuknya reputasi profesional.

Pelaksanaan sosialisasi dengan metode partisipatif memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghubungkan materi dengan pengalaman kerja sehari-hari. Diskusi dan studi kasus membantu peserta memahami bahwa *personal branding* tidak hanya dibangun melalui pencitraan, tetapi melalui perilaku kerja yang konsisten, kemampuan berkolaborasi, komunikasi yang efektif, tanggung jawab, integritas, dan komitmen terhadap peningkatan kualitas diri.

Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa media digital menjadi salah satu sarana yang dapat mendukung pembentukan *personal branding* apabila dimanfaatkan secara tepat. Media digital dimanfaatkan untuk melaksanakan pendidikan yang dapat ditempuh saat ini secara online, yang keberadaan pendidikan ini memfasilitasi bagi karyawan yang memanfaatkan waktunya sambil bekerja.

4.2 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan sosialisasi kepada subyek masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui beberapa cara, yaitu analisis hasil kuesioner pasca kegiatan, observasi selama pelaksanaan sosialisasi, serta umpan balik dari peserta.



Berdasarkan hasil kuesioner pasca sosialisasi, sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan mahasiswa, dan bermanfaat sebagai bekal sebelum melaksanakan magang di luar negeri. Metode penyampaian melalui diskusi dan studi kasus dinilai mampu membantu peserta memahami permasalahan hukum secara lebih fakta.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan tingkat partisipasi peserta yang cukup antusias. Karyawan terlihat aktif mengikuti kegiatan, terlibat dalam diskusi, serta menyampaikan berbagai pertanyaan terkait pendidikan berkelanjutan.

Meskipun kegiatan berlangsung dengan baik, masih ditemukan beberapa kendala. Tingkat pemahaman peserta yang beragam menyebabkan penyampaian materi harus dilakukan secara bertahap agar seluruh peserta dapat memahami secara optimal. Selain itu, keterbatasan waktu menyebabkan pembahasan praktik penyusunan strategi *personal branding* belum dapat dilakukan secara mendalam untuk setiap peserta. Kendala lain adalah belum adanya program pendampingan berkelanjutan yang memungkinkan peserta memperoleh umpan balik secara berkala terhadap implementasi strategi yang telah disusun.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui **Sosialisasi Peran Pendidikan dalam Meningkatkan Personal Branding Karyawan** telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan, pemahaman, serta kesadaran peserta mengenai pentingnya pendidikan sebagai landasan dalam membangun *personal branding* yang profesional. Melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan sesi tanya jawab, peserta memperoleh pemahaman bahwa *personal branding* tidak hanya berkaitan dengan pencitraan diri, tetapi juga dibangun melalui kompetensi, integritas, etika kerja, kemampuan komunikasi, serta komitmen terhadap pembelajaran sepanjang hayat.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai hubungan antara pendidikan dan pengembangan *personal branding*. Peserta semakin memahami bahwa peningkatan kompetensi melalui pendidikan formal, pelatihan, seminar, maupun kegiatan pengembangan diri lainnya merupakan investasi penting untuk meningkatkan profesionalisme, kredibilitas, dan daya saing di lingkungan kerja. Selain itu, peserta juga memperoleh wawasan mengenai pemanfaatan media digital secara bijaksana sebagai sarana membangun citra profesional yang positif.



Pelaksanaan sosialisasi juga memberikan dampak positif terhadap perubahan pola pikir peserta dalam memandang pentingnya pengembangan diri secara berkelanjutan. Karyawan didorong untuk lebih proaktif dalam meningkatkan kompetensi, memperkuat kemampuan komunikasi, menjaga etika profesi, serta membangun hubungan kerja yang produktif sebagai bagian dari upaya membentuk reputasi profesional yang baik.

Meskipun kegiatan berjalan dengan lancar, terdapat beberapa kendala, antara lain perbedaan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan, keterbatasan waktu sehingga pembahasan praktik penyusunan strategi *personal branding* belum dapat dilakukan secara mendalam, serta belum tersedianya program pendampingan lanjutan untuk memantau implementasi hasil sosialisasi di lingkungan kerja. Kendala tersebut menjadi masukan penting dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian berikutnya agar pelaksanaan program semakin efektif dan memberikan dampak yang lebih berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai peran pendidikan dalam meningkatkan *personal branding* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan kualitas sumber daya manusia.

VI. DAFTAR PUSTAKA

1. Aaker, D. A. (1997). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
2. Mulyasa, E. (2022). *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
3. Rangkuti, F. (2013). *Personal Branding: Teknik Mengelola Reputasi Diri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
4. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson
5. Schein, E. H., & Schein, P. (2021). *Organizational Culture and Leadership* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
6. Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
7. Suwatno, & Priansa, D. J. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
8. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
9. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
10. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.