

Pengaruh Personal Branding terhadap Kinerja Guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung

Farhan Hamdallah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Farhanamdallah98@gmail.com

Abstract—The public criticizes the public's attention to the performance of many, from competencies to the functions and tasks they carry. Teacher performance is an inseparable part of a system starting from input, process and output, efforts to achieve the goals of educational institutions, both public and private. Achievement of very good quality education, by personal branding of each teacher in carrying out their duties to achieve educational achievement. Personal branding must be formed and put to good use. The research method used in this research is descriptive verification method. The sample in this study may be 39 people, including the saturated sample because the entire population is used as the sample. The analysis used is simple regression analysis. The results showed a description of the indicators for each variable, indicating that most respondents tended to give high scores to the indicators of the variables both personal branding and teacher performance in MAN 2 Bandung, Bandung Regency. The magnitude of the effect of the test results of the coefficient of determination (R^2) of the regression equation is 36.4%. This means that the personal branding variable has an effect of 36.4% on teacher performance. The remaining 63.6% was caused by other variables outside of these variables that were not involved in this study. Based on the regression calculation, it is known that the t value for the Personal branding variable (X) is 4.27 while the t value for the Personal branding variable (X) is 4.664. This value is greater than the t -table value of 1,697. Because $t_{count} > t_{table}$, it can be ignored that there is a significant relationship between the personal branding variable (X) and the performance of teachers who have been certified in MAN 2 Bandung, Bandung Regency.

Keywords—*Personal branding, teacher performance*

Abstrak—Sorotan terhadap kinerja guru banyak dikritisi oleh kalangan masyarakat, mulai dari kompetensi hingga fungsi dan tugas yang diembannya. Kinerja guru merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sebuah sistem mulai dari input, proses dan output, dalam upaya mencapai tujuan suatu lembaga pendidikan, baik negeri maupun swasta. Dalam meraih mutu pendidikan yang baik sangat dipengaruhi oleh personal branding dari masing-masing guru dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai keberhasilan pendidikan. Personal branding harus dibentuk dan dimanfaatkan dengan baik. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 39 orang, termasuk sampel jenuh karena seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan gambaran indikator-indikator masing-masing variabel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberikan nilai tinggi terhadap indikator-indikator dari variable baik itu personal branding maupun tentang kinerja

guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung. Adapun besarnya pengaruh dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 36,4% Ini berarti, variabel personal branding berpengaruh sebesar 36,4% terhadap kinerja guru. Adapun sebesar 63,6% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Berdasarkan perhitungan regresi, diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Personal branding (X) adalah sebesar 4.27 bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Personal branding (X) adalah sebesar 4,664. nilai tersebut lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,697. karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable Personal branding (X) dengan Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung.

Kata Kunci—*Personal branding, kinerja guru*

I. PENDAHULUAN

Dalam tataran mikro teknis, Guru sebagai tenaga pendidik merupakan pemimpin pendidikan, guru sangat menentukan dalam proses pembelajaran di kelas, dan peran kepemimpinan tersebut akan tercermin dari bagaimana guru melaksanakan peran dan tugasnya, ini berarti bahwa kinerja guru merupakan faktor yang amat menentukan bagi mutu pendidikan yang akan berimplikasi pada kualitas output pendidikan setelah menyelesaikan sekolah.

Kinerja Guru pada dasarnya merupakan unjuk kerja yang dilakukan oleh guru dalam melaksanakan tugasnya sebagai pendidik. (Rivai, 2005 hal 14). Karena pentingnya peran dan tanggung jawab guru, UU No. 14/2005 tentang Guru dan Dosen menyebutkan guru sebagai agen pembelajaran yang harus menjadi fasilitator, motivator, pemacu, perekayasa pembelajaran, dan pemberi inspirasi belajar bagi peserta didik.

Sorotan terhadap kinerja guru banyak dikritisi oleh kalangan masyarakat, mulai dari kompetensi hingga fungsi dan tugas yang diembannya. Kinerja guru merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sebuah sistem mulai dari input, proses dan output, dalam upaya mencapai tujuan suatu lembaga pendidikan, baik negeri maupun swasta. Konteks pendidikan berbeda dengan organisasi lain karena sifatnya yang *intangible*, pendidikan mengharapkan hasil/produk bukan semata-mata keluaran secara kuantitatif, akan tetapi *outcome* atau hasil yaitu lulusan yang bermanfaat di lingkungannya sesuai proses yang dilakukan (Aan Komariah dan Cepi, 2005 Hal 2).

Begitupun halnya dengan kinerja guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung, berdasarkan hasil observasi awal penulis kepada guru dan kepala sekolah diketahui :

1. Sebagian guru belum dapat menyelesaikan tugas dengan cepat dan tepat waktu. Masih ada guru mempersiapkan RPP, silabus dan bahan ajar ketika akan dilaksanakan pengawasan saja oleh tim pengawas baik dari Dinas Pendidikan maupun dari Kemenag.
2. Belum semua guru mencapai target sesuai dengan yang diharapkan, dilihat dari hasil belajar siswa, masih ada siswa yang harus melakukan remedial dikarenakan nilainya yang masih belum mencapai KKM. Dan juga misalnya ketika akan pembagian rapot seharusnya 1 minggu sebelum pembagian rapot sudah diselesaikan. Namun kenyataannya masih ada guru yang menandatangani rapot kepada kepala sekolah di hari H nya dikarenakan proses pengerjaannya baru selesai.

Profesi guru merupakan profesi yang sangat mulia. Oleh karena itu, upaya peningkatan kinerja guru dari segi profesionalisme sebagai tenaga pendidik mutlak diperlukan.

Dalam meraih mutu pendidikan yang baik sangat dipengaruhi oleh personal branding dari masing-masing guru dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai keberhasilan pendidikan. Personal branding harus dibentuk dan dimanfaatkan dengan baik. Personal branding adalah sebuah proses dalam membentuk, menarik dan memelihara persepsi masyarakat berkaitan dengan aspek-aspek yang dimiliki seseorang seperti keahlian, prestasi, kepribadian atau nilai-nilai yang dibangun secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan menampilkan citra positif sehingga dapat berlanjut kepada kepercayaan dan loyalitas yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014:19)

Menurut Haroen, Personal branding akan membuat semua orang memandang seseorang tersebut secara berbeda dan unik. Personal branding menjelaskan 3W terhadap seseorang, yaitu tentang siapa diri anda yang sebenarnya (*who are you*), apa yang telah anda lakukan sebelumnya (*what have you done*), dan apa visi misi anda ke depan (*what will you do*).

Dengan branding kuat, maka akan membedakan seorang guru yang satu dengan guru lainnya, dan tentunya bisa memaksimalkan potensi yang dimiliki guru tersebut. Personal branding guru menampilkan unjuk kerja guru yang efektif dan positif bagi dirinya dan orang lain yang bersangkutan kait dengan dirinya. Personal branding guru pada prinsipnya adalah proses memperkenalkan diri dan karier sang guru terhadap inovasi atau temuan yang dihasilkan melalui suatu citra yang dibentuk untuk khalayak umum. Citra ini kemudian dapat dipresentasikan lewat berbagai jalur, seperti media sosial, blog, situs web pribadi, hingga perilaku di depan umum. Layaknya produk atau jasa, personal branding memberikan gambaran tentang pengalaman yang akan didapat oleh para siswa ketika berinteraksi dengan pemilik brand (guru tersebut).

Personal branding guru yang baik dapat memberikan keuntungan secara dua arah. Pertama, sang guru yang dalam hal ini adalah Pemilik brand bisa membuat produk/karya inovasi atau sekolahnya dikenal lebih luas, sementara para siswa yang belajar dengannya bisa merasa lebih percaya diri untuk menggali dan mendapatkan pelajaran secara lebih mudah dan lebih mengerti dari sang guru. Guru yang selalu menghasilkan karya inovatif juga menjadi kebanggaan semua orang karena telah meningkatkan kinerjanya. Kebanggaan juga akan dirasakan oleh seluruh stake holder pendidikan seperti dinas pendidikan, pengawas, komite sekolah, dewan pendidikan bahkan kepala daerah dimana guru tersebut ditugaskan.

Selain itu, dengan personal branding yang dimilikinya seorang guru juga dapat memperluas lingkup penghasilannya. Hal ini tentu tidak terlepas dari manfaat menjadikan personal branding itu sendiri sebagai salah satu unsur penting dalam strategi individu. Beberapa guru juga menggunakan personal branding sebagai pendongkrak utama kesuksesan dari channel youtube, program, database, aplikasi, dan blog yang mereka miliki. Bukan suatu hal yang baru lagi kalau seorang guru juga mempunyai profesi lain sebagai youtuber, blogger, programmer, aplikator bahkan contributor portal berita baik online maupun offline.

Baik secara teori dan praktik dapat disimpulkan bahwa personal branding sangat positif untuk kesuksesan seorang guru. Namun berdasarkan survey awal di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung diketahui bahwa :

1. Di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung hampir semua guru sudah sertifikasi, umumnya seorang guru yang sudah sertifikasi dianggap sudah memiliki kompetensi dan kelayakan kualitas pengajaran yang sudah diakui melalui PPG dan dinyatakan lulus serta tersertifikasi. Namun kenyataan di lapangan belum menunjukkan demikian, masih belum terlihat perbedaan personal branding antara guru yang sudah sertifikasi dengan guru yang belum tersertifikasi. Misalnya pada situasi pandemi Covid 19 saat ini. Guru yang memiliki personal branding seharusnya mampu memunculkan ide/gagasan kreatif dalam pengajarannya dimana saat ini proses KBM bersifat daring/online, misalnya dengan membuat aplikasi pembelajaran, video pembelajaran, blog pembelajaran maupun aplikasi-aplikasi pendukung lainnya, namun kenyataannya dikarenakan guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung banyak yang berusia lanjut dan gaptek terhadap TIK sehingga belum semua guru menunjukkan personal brandingnya melalui karya-karya kreatif dan inovatifnya.
2. Belum semua guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung mampu menciptakan diferensiasi antara guru yang satu dengan yang lainnya yang menunjukkan karakteristik keunikan dari seorang guru

(Sumber : pengamatan penulis, 2019)

Apabila kita kaitkan dengan konsep branding ini pada pribadi seorang guru, khususnya untuk guru sertifikasi. Tentu sangat jarang dari para guru ini yang menyadari bahwa “personal branding” digunakan untuk melengkapi tugas-tugas guru itu sendiri dalam pendidikan dan pembelajaran disekolah. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat pendidik untuk guru dan dosen, yang merupakan bukti formal pengakuan sebagai tenaga profesional. Kebijakan ini dimaksudkan agar guru dapat meningkatkan kualifikasi dan kompetensinya sesuai dengan bidang keahliannya. Apabila berpedoman dengan kenyataan yang ada di lapangan, tujuan tersebut masuk akal mengingat, seperti yang diungkapkan oleh Saroni (2011), cukup banyak guru yang belum mempunyai kualifikasi sesuai dengan tugas dan kewajiban pendidikannya

Tetapi fakta yang ada menunjukkan bahwa sejak penerapan kebijakan tentang sertifikasi guru disaat yang sama para guru terjebak pada konsumerisme dan budaya simbolik. Padahal sesungguhnya kesejahteraan dan kekayaan memiliki makna (pengertian) yang berbeda. Tentunya cita-cita ideal menciptakan guru profesional melalui peningkatan kualitas keprofesionalan secara berkelanjutan sulit terwujud, jika sebagian guru tetap demikian.

Apabila penurunan intensitas interaksi guru dikaitkan terjebaknya guru pada konsumerisme dan budaya simbolik tadi. Maka lengkap sudah latar belakang mengapa banyak pihak berpendapat bahwa sekolah tidak lagi menginspirasi perubahan. Baik siswa dan guru sibuk pada urusannya masing-masing dan saling tidak mau tahu urusannya masing-masing. Apa kiranya yang akan terjadi saat guru sudah menganggap bahwa urusan siswa untuk belajar, tugas saya hanyalah menyampaikan materi. Saat materi sudah disampaikan maka tanggung jawab itu selesai. Lebih parahnya, dibenak para guru ini hanya terpikir tentang apa yang harus saya lakukan ketika tunjangan sertifikasi cair, bukankah ini sebuah ironi. Personal branding sebagai guru yang telah tersertifikasi adalah : Sertifikat pendidik ini diberikan kepada guru yang memenuhi standar profesional guru. Standar profesional guru tercermin dari uji kompetensi. Uji kompetensi dilaksanakan dalam bentuk penilaian portofolio. Penilaian portofolio merupakan pengakuan atas pengalaman profesional guru dalam bentuk penilaian terhadap kumpulan dokumen yang mendeskripsikan kualifikasi akademik, pendidikan dan pelatihan, pengalaman mengajar, perencanaan dan pelaksanaan pembelajaran, penilaian dari atasan dan pengawas, prestasi akademik, karya pengembangan profesi, keikutsertaan dalam forum ilmiah, pengalaman organisasi di bidang kependidikan dan sosial, dan penghargaan yang relevan. Berdasarkan personal branding tersebut seharusnya guru yang sudah tersertifikasi dapat meningkatkan kinerja sebagai guru.

Sertifikasi guru bukan semata-mata terfokus pada gaji guru yang tinggi, akan tetapi guru dituntut untuk profesional dan berkompeten serta memiliki kualifikasi akademik yang optimal. Untuk guru yang telah berhasil mencapai

sertifikasi dituntut keprofesionalannya baik dalam hal mengajar ataupun pengetahuan yang dimiliki dan mampu mengaplikasikannya pada siswa, sehingga siswa dapat berfikir kritis serta mampu bersaing di era globalisasi ini. Dan bagi guru yang sudah sertifikasi harus dapat meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai fenomena diatas, dan mengambil judul penelitian “Pengaruh Personal branding Terhadap Kinerja Guru Di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung”.

A. Metodologi

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh personal branding terhadap kinerja guru di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode *explanatory survey*, dengan populasi sebanyak 39 orang guru. Jumlah populasi atau subjek dalam penelitian ini kurang dari 100 maka teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh sehingga sampel dalam penelitian ini 39 orang. Data dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan melalui penyebaran angket dengan skala *rating scale*. Ada dua bagian angket yang diujikan kepada responden, bagian pertama ditujukan untuk mengukur personal branding. Bagian kedua ditujukan untuk mengukur kinerja guru. Teknik analisis statistik yang digunakan dalam mengolah data adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

II. LANDASAN TEORI

B. Personal branding

American Marketing Association (AMA) dalam sebuah artikel berjudul “*What is Branding and How Important is it to Your Marketing Strategy*”, mendefinisikan *brand* atau merek dengan nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semua itu, yang tujuannya untuk memberikan identifikasi dan perbedaan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Brand atau merek adalah sesuatu yang tidak terlihat tetapi efeknya sangat nyata.

Haroen (2014:6-7) memaparkan pendapat Kotler dan Gary Armstrong bahwa secara marketing, sebuah merek yang benar biasanya didesain untuk mengkomunikasikan empat macam makna, yaitu:

- a. Atribut. Merek yang mengingatkan orang tentang atribut tertentu misalnya keawetan produk.
- b. Manfaat. Berbeda dengan atribut, apabila atribut diterjemahkan sebagai manfaat fungsional dan emosional, pelanggan tidak membeli atribut namun langsung membeli karena memerlukan manfaat dari produk tersebut, misalnya produk susu yang high calcium.
- c. Nilai. Merek juga menampilkan sesuatu mengenai nilai-nilai pembeli, seperti produk-produk dengan prestise tinggi contoh Mercedes Benz.

- d. Kepribadian. Merek menggambarkan kepribadian. Merek akan menarik orang yang gambaran sebenarnya dan citra dirinya cocok dengan citra merek.
- e. Susanto dan Wijarnako (2004:9) menegaskan bahwa merek berbeda dengan produk. Produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik, namun yang sesungguhnya dibeli oleh pelanggan adalah mereknya. Pada akhirnya merek bukanlah apa yang dibuat di pabrik, tercetak di kemasan atau apa yang diiklankan pemasar. Merek adalah apa yang ada di dalam pikiran konsumen. Banyak ragam dan penggolongan merek, namun secara garis besar Susanto dan Wijarnako (2004:12-13) mengelompokkan menjadi tiga jenis, diantaranya:

C. Karakteristik Personal branding

McNally dan Speak (2004:21) menjelaskan bahwa *personal branding* merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara di benak orang lain, yang memiliki tujuan akhir agar publik punya pandangan positif terhadapnya sehingga dapat berlanjut kepada kepercayaan dan loyalitas. Ada tiga hal mendasar yang merupakan karakteristik yang harus diperhatikan dalam merancang *personal branding* yang kuat, yaitu memiliki ciri khas, relevan, dan konsisten. *Personal branding* yang dibangun apabila memiliki kekhasan atau khusus/berbeda, relevan, dan konsisten, maka orang lain atau publik akan cepat menangkap dan memahami *personal branding* tersebut. Karakteristik dijelaskan sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas, adalah *personal branding* yang kuat menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik yang merupakan cerminan dari ide-ide dan nilai-nilai dalam diri Anda yang membedakan dari oranglain. Kekhasan ini dapat dipresentasikan dalam bentuk kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian.
- b. Relevan, merupakan *personal branding* yang berkaitan dengan karakterorng tersebut yang menjelaskansesuatu yang dianggap penting atau dibutuhkan oleh masyarakat. Jika *relevansi* (keterikatan) tidak ada maka akan sulit terjadi penguatan *mind* masyarakat.
- c. Konsisten, yaitu upaya menjalankan *personal branding* secara terusmenerus (konsisten) sehingga orang lain dapat mengidentifikasi *personal branding* tersebut dengan mudah dan jelas, sehingga terbentuk *brand equity* (keunggulan merek).

D. Alasan dan Keuntungan Membangun Personal branding

Junaedi (dalam Haroen, 2009:17) menegaskan bukti kedahsyatan *personal branding* dapat dilihat dari kesuksesan SBY dalam memenangkan pemilihan presiden secara langsung dua kali berturut-turut 2004 dan 2009. Citra yang telah dibangun dan melekat pada sosok SBY ternyata tidak mudah dijatuhkan dengan berbagai iklan politik.

Baik secara teori dan praktik dapat disimpulkan bahwa *personal branding* sangat positif untuk kesuksesan

seseorang dipanggung politik. Berikut sejumlah alasan mengapa *personal branding* sangat efektif dan positif menurut Haroen (2014:18) :

- a) Membangun diferensiasi. Menciptakan diferensiasi adalah hal penting untuk keberhasilan *personal branding*
- b) Membangun positioning. Dalam persaingan apapun positioning sangat menentukan kemenangan. Brand yang dibangun melalui proses branding akan menentukan posisi pelaku *personal branding* dari sekian pesaing lainnya
- c) Memperkuat persepsi brand yang tertanam pada publik. Brand bukan saja soal realita, tahap pertama yang harus dibangun adalah persepsi
- d) Menjadi jembatan lahirnya kepercayaan (*trust*). Kepercayaan adalah kunci utama. Jika orang suka pada Anda, ia hanya akan mendekat, namun, jika mereka sudah percaya maka mereka akan memilih anda
- e) Menjadi pesan kepada publik bahwa kehadiran anda (*brand*) adalah solusi atas masalah maupun kebutuhan public, sehingga pelaku *personal branding* dapat menggiring public untuk bertindak mendukung dan memilih.

Memiliki reputasi atau merek/brand yang baik merupakan sebuah aset kesuksesan yang sangat penting di era online, virtual dan individual dewasa ini. Selaras dengan Haroen, Rampersad (2008:5) juga menyebutkan beberapa keuntungan membangun dan memiliki *personal branding*, yaitu;

- Menstimulasi persepsi penuh makna mengenai nilai-nilai dan kualitas diri
- Menjelaskan kepada orang lain atau publik tentang diri (siapa anda, apa yang anda lakukan, apa yang membuat anda berbeda, bagaimana anda menciptakan nilai untuk publik, apa yang mereka dapatkan bila bertransaksi dengan anda)
- Mempengaruhi cara orang lain berpikir tentang anda
- Menciptakan harapan-harapan yang public dapatkan dari anda
- Menciptakan identitas diri yang mudah diingat (berkesan)
- Membuat prospek bahwa anda adalah satu-satunya jalan keluar bagi masalah yang publik hadapi
- Membuat diri menjadi unik dan lebih daripada pesaing lainnya

E. Kinerja Guru

Kinerja sering disebut-sebut dalam kegiatan berorganisasi yang mana melihat proses maupun hasil yang dikerjakan oleh pegawai. Kinerja berasal dari terjemahan kata performance, yaitu "Hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan

moral maupun etika. (Sedarmayanti, 2009, hlm. 259). Kinerja guru mempunyai spesifikasi tertentu. Kinerja guru dapat dilihat dan diukur berdasarkan spesifikasi atau kriteria kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap guru. Berkaitan dengan kinerja guru, wujud perilaku yang dimaksud adalah kegiatan guru dalam proses pembelajaran.

Kinerja guru mempunyai spesifikasi tertentu. Kinerja guru dapat dilihat dan diukur berdasarkan spesifikasi atau kriteria kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap guru. Berkaitan dengan kinerja guru, wujud perilaku yang dimaksud adalah kegiatan guru dalam proses pembelajaran. Berkaitan dengan standar kinerja guru. Sahertian sebagaimana dikutip Kusmianto (1997, hlm. 49) dalam buku panduan penilaian kinerja guru oleh pengawas menjelaskan bahwa:

“Standar kinerja guru itu berhubungan dengan kualitas guru dalam menjalankan tugasnya seperti:

- 1) Bekerja dengan siswa secara individual,
- 2) Persiapan dan perencanaan pembelajaran,
- 3) Pendayagunaan media pembelajaran,
- 4) Melibatkan siswa dalam berbagai pengalaman belajar, dan
- 5) Kepemimpinan yang aktif dari guru”.

UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas pasal 39 ayat (2), menyatakan bahwa : Pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama bagi pendidik pada perguruan tinggi. Keterangan lain menjelaskan dalam UU No. 14 Tahun 2005 Bab IV Pasal 20 (a) tentang Guru dan Dosen menyatakan bahwa standar prestasi kerja guru dalam melaksanakan tugas keprofesionalannya, guru berkewajiban merencanakan pembelajaran, melaksanakan proses pembelajaran yang bermutuserita menilai dan mengevaluasi hasil pembelajaran. Tugas pokok guru tersebut yang diwujudkan dalam kegiatan belajar mengajar merupakan bentuk kinerja guru. Kemampuan yang harus dikuasai oleh seorang guru, yaitu:

- 1) Merencanakan program belajar mengajar;
- 2) Melaksanakan dan memimpin proses belajar mengajar;
- 3) Menilai kemajuan proses belajar mengajar;
- 4) Membina hubungan dengan peserta didik.

Sedangkan berdasarkan Permendiknas No. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses untuk Satuan Pendidikan Menengah dijabarkan beban kerja guru mencakup kegiatan pokok :

- 1) Merencanakan pembelajaran;
- 2) Melaksanakan pembelajaran;
- 3) Menilai hasil pembelajaran;
- 4) Membimbing dan melatih peserta didik;
- 5) Melaksanakan tugas tambahan.

Kinerja guru dapat dilihat saat dia melaksanakan interaksi belajar mengajar di kelas termasuk persiapannya baik dalam bentuk program semester maupun persiapan

mengajar. Berkaitan dengan kepentingan penilaian terhadap kinerja guru. Georgia Departemen of Education telah mengembangkan teacher performance assessment instrument yang kemudian dimodifikasi oleh Depdiknas menjadi Alat Penilaian Kemampuan Guru (APKG). Alat penilaian kemampuan guru, meliputi:

- 1) Rencana pembelajaran (*teaching plans and materials*) atau disebut dengan RPP (Rencana Pelaksanaan Pembelajaran);
- 2) Prosedur pembelajaran (*classroom procedure*); dan
- 3) Hubungan antar pribadi (*interpersonal skill*).

Proses belajar mengajar tidak sesederhana seperti yang terlihat pada saat guru menyampaikan materi pelajaran di kelas, tetapi dalam melaksanakan pembelajaran yang baik seorang guru harus mengadakan persiapan yang baik agar pada saat melaksanakan pembelajaran dapat terarah sesuai tujuan pembelajaran yang terdapat pada indikator keberhasilan pembelajaran. Proses pembelajaran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seorang guru mulai dari persiapan pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran sampai pada tahap akhir pembelajaran yaitu pelaksanaan evaluasi dan perbaikan untuk siswa yang belum berhasil pada saat dilakukan evaluasi.

Dari berbagai pengertian di atas maka dapat disimpulkan definisi konsep kinerja guru merupakan hasil pekerjaan atau prestasi kerja yang dilakukan oleh seorang guru berdasarkan kemampuan mengelola kegiatan belajar mengajar, yang meliputi perencanaan pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran, evaluasi pembelajaran dan membina hubungan antar pribadi (*interpersonal*) dengan siswanya.

F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Kinerja seorang pegawai melihat bagaimana hasil atau prestasi kerja yang dilakukannya dalam menjalankan tugas-tugasnya. Adapun faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai dari dalam ataupun luar dirinya. Sebagaimana dikatakan oleh Dharma (2001, hlm. 9-10) yang mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya:

3. Karyawan, berkenaan dengan kemampuan dan kemauan dalam melaksanakan pekerjaan.
4. Pekerjaan, menyangkut desain pekerjaan, uraian pekerjaan dan sumber daya untuk melaksanakan pekerjaan.
5. Mekanisme Kerja, mencakup sistem, prosedur, pendelegasian, dan pengendalian, serta struktur organisasi.
6. Lingkungan kerja, meliputi faktor-faktor lokasi dan kondisi kerja, iklim organisasi dan komunikasi.

Sementara itu menurut Mangkunegara (2012, hlm. 16) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ada dua, diantaranya:

1. Faktor Individu
Secara psikologis, individu yang normal adalah individu yang memiliki integritas yang tinggi antara fungsi priskis (rohani) dan fungsi fisik

(jasmaniah). Dengan adanya integritas yang tinggi antara fungsi psikis dan fisik, maka individu tersebut memiliki konsentrasi diri yang baik. Konsentrasi yang baik ini merupakan modal utama individu manusia untuk mampu mengelola dan mendayagunakan potensi dirinya secara optimal dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas kerja sehari-hari dalam mencapai tujuan organisasi.

2. Faktor Lingkungan Organisasi

“...uraian jabatan yang jelas, autoritas yang memadai, target kerja yang menunjang, pola komunikasi yang efektif, hubungan kerja harmonis, iklim kerja yang respek dan dinamis, peluang karir dan fasilitas kerja yang relative memadai”.

Menurut A. Dale Timple dalam Mangkunegara (2001, hlm 51) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja terdiri dari:

1. Faktor Internal

Faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang. Misalnya kinerja seseorang baik disebabkan karena mempunyai kemampuan tinggi dan seseorang itu tipe pekerja keras, sedangkan seseorang mempunyai kinerja jelek disebabkan orang tersebut mempunyai kemampuan rendah dan orang tersebut tidak memiliki upaya-upaya untuk memperbaiki kemampuannya.

2. Faktor Eksternal

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Seperti perilaku, sikap, dan tindakan-tindakan rekan kerja, bawahan atau pimpinan, fasilitas kerja, dan iklim organisasi.

Dan adapula menurut Simamora (2001, hlm. 442) mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya:

1. Kurangnya pengetahuan karyawan tentang dasar pekerjaan yang dijalannya.
2. Tidak adanya kreativitas karyawan untuk mengembangkan pekerjaan.
3. Kurang adanya kerja sama antar karyawan dengan yang lainnya.
4. Kurang adanya tanggungjawab terhadap perusahaan.
5. Faktor inisiatif dalam bekerja
6. Faktor kesehatan.
7. Faktor psikologis, adanya perbedaan perlakuan karyawan oleh antar karyawan itu sendiri maupun oleh perusahaan.
8. Lemahnya pendidikan yang dimiliki karyawan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh para ahli di atas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, maka penulis menarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja ada dua yaitu faktor dari dalam dan dari luar. Dari dalam yaitu faktor psikologi individu dan faktor dari luar yaitu faktor lingkungan.

G. Indikator Kinerja

Uno & Lamatenggo (2012, hlm. 71) menyatakan bahwa indikator kinerja adalah kualitas kerja, kecepatan/ketetapan kerja, inisiatif dalam kerja, kemampuan kerja dan komunikasi.

Menurut Robbins (2006, hlm. 121) ada beberapa indikator untuk mengukur kinerja individu, diantaranya:

1. Kualitas

Kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.

2. Kuantitas

Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

3. Ketepatan Waktu

Tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.

4. Efektivitas

Efektivitas merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) yang dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

5. Kemandirian

Kemandirian merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya serta tingkat dimana seorang karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap kantor.

Adapun menurut Gomes (2003, hlm. 142) mengemukakan indikator-indikator kinerja karyawan diantaranya:

1. *Job Knowledge*, luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.
2. *Quality of Work*, kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.
3. *Quantity of Work*, jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan
4. *Creativeness*, keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dari tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.
5. *Dependability*, kesadaran dan dapat dipercaya dalam hal kehadiran dan penyelesaian kerja tepat pada waktunya.
6. *Initiative*, semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggungjawabnya.
7. *Personal Qualities*, menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramahan, dan integritas pribadi.

8. *Cooperation*, kesediaan untuk bekerja sama dengan orang lain

Menurut Anwar Prabu M dalam Edison (2016 hal 192) indikator kinerja guru adalah :

1. Menguasai bahan ajar
2. Merencanakan pembelajaran
3. Melaksanakan dan mengelola Pembelajaran
4. Mengadakan Evaluasi atau penilaian pembelajaran

Berdasarkan pemaparan para ahli diatas mengenai indikator kinerja guru yang penulis gunakan sebagai dimensi dari pengukuran kinerja guru adalah :

1. Menguasai bahan ajar
2. Merencanakan pembelajaran
3. Melaksanakan dan mengelola Pembelajaran
4. Mengadakan Evaluasi atau penilaian pembelajaran

Kinerja karyawan dapat dinilai pada proses maupun hasil dari pekerjaan yang dilakukannya. Adapun pengukuran kinerja pegawai yang dapat digunakan untuk melihat hasil dari pekerjaan seorang pegawai. Sedarmayanti (2001, hlm. 50-51) mengatakan bahwa “kinerja memiliki hubungan yang erat dengan masalah produktivitas karena merupakan indikator dalam menentukan bagaimana usaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu organisasi. Untuk itu standar kinerja perlu dirumuskan untuk menjadi tolak ukur dalam mengadakan perbandingan antara apa yang telah dilakukannya dengan apa yang diharapkan, kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang telah dipercayakan kepada seseorang.

Kemudian menurut Mitchel dalam Sedarmayanti (2001, hlm. 51) mengemukakan kinerja meliputi beberapa aspek, diantaranya:

1. *Quality of work* (Kualitas Kerja)
2. *Promptness* (Ketepatan)
3. *Initiative* (Inisiatif)
4. *Capability* (Kemampuan)
5. *Communication* (Komunikasi)

Lamatenggo (2012, hlm. 71) mengemukakan bahwa menilai kinerja dapat dilihat dari:

1. Kualitas kerja
2. Kecepatan/ketepatan kerja
3. Inisiatif dalam kerja
4. Kemampuan kerja
5. Komunikasi

Selanjutnya menurut Hasibuan (2001, hlm. 95) mengemukakan bahwa yang menjadi tolak ukur dalam kinerja, diantaranya:

1. Kesetiaan
Penilai menilai kesetiaan pekerja terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi, kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan yang tidak bertanggungjawab.
2. Prestasi Kerja
Penilai menilai hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dapat dihasilkan oleh karyawan tersebut dari uraian pekerjaannya.

3. Kejujuran
Penilai menilai kejujuran dalam melaksanakan tugas-tugasnya memenuhi perjanjian baik bagi dirinya sendiri maupun terhadap orang lain seperti kepada para bawahannya.
4. Kedisiplinan
Penilai menilai disiplin karyawan dalam mematuhi peraturan-peraturan yang ada dan mengerjakan pekerjaannya sesuai dengan instruksi yang diberikan.
5. Kreativitas
Penilai menilai kemampuan karyawan dalam mengembangkan kreativitasnya untuk menyelesaikan pekerjaannya, sehingga bekerja lebih berdayaguna dan berhasil guna.
6. Kerjasama
Penilai menilai kemampuan karyawan itu berpartisipasi dan bekerja sama dengan karyawan lainnya, vertical atau horizontal, di dalam diluar pekerjaan sehingga hasil pekerjaan akan semakin baik.
7. Kepemimpinan
Penilai menilai kemampuan untuk memimpin, berpengaruh, mempunyai pribadi yang kuat, dihormati, berwibawa, dan memotivasi orang lain atau bawahannya untuk bekerja secara efektif.
8. Kepribadian
Penilai menilai sikap, perilaku, kesopanan, disukai, memberi kesan menyenangkan, memperlihatkan sikap yang baik dan penampilan simpatik.
9. Prakarsa
Penilai menilai kemampuan berpikir yang orisinal dan berdasarkan inisiatif sendiri untuk menganalisis, menilai, menciptakan, memberikan alasan, mendapatkan kesimpulan dan membuat keputusan penyelesaian masalah yang dihadapi.
10. Kecakapan
Penilai menilai kecakapan karyawan dalam menyatukan dan menyelaraskan bermacam-macam elemen yang semuanya terlibat di dalam penyusunan dan di dalam situasi manajemen.
11. Tanggung Jawab
Penilai menilai kesediaan karyawan dalam mempertanggung jawabkan kebijaksanaannya, pekerjaan dan hasil kerjanya, sarana dan prasarana yang dipergunakannya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh variabel Personal branding terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung terlihat pada tabel berikut ini :

TABEL 1. NILAI KOEFISIEN REGRESI

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.944	1.434		8.326	.000		
X	.127	.027	.603	4.664	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 11.944 + 0,127X$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa koefisien regresi α untuk variabel Personal branding (X) bertanda positif, artinya variabel tersebut berpengaruh positif terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung. Variabel Personal branding memiliki nilai koefisien regresi sebesar 11.944 hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Personal branding (X) satu satuan nilai akan meningkatkan Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung (Y) sebesar 0,127 satuan nilai.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Personal branding (X) terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung (Y) dari hasil pengujian tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 36,4% (nilai R-Square pada tabel model summary) berikut ini dapat dilihat tabel dibawah ini :

TABEL 2.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.364	.347	1.19816

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Ini berarti, variabel Personal branding berpengaruh sebesar 36,4% terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi. Adapun sebesar 63,6% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Personal branding terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung maka akan dilakukan pengujian terhadap garis regresi tersebut melalui hipotesis. Bentuk hipotesisnya adalah sebagai berikut :

Ho: Tidak terdapat pengaruh dari variabel Personal branding (X) terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung (Y)

H1: Terdapat pengaruh dari variabel Personal branding (X) terhadap Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung (Y)

Untuk $i = 1 =$ (Personal branding)

Statistik uji yang digunakan untuk menguji hipotesis diatas adalah uji - t. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagaimana terlihat pada tabel *Coefficients* diperoleh nilai t hitung sebagaimana terlihat pada tabel 4.28. sedangkan nilai t tabel ialah nilai distribusi t-student pada taraf nyata (α) 5% dengan derajat bebas 30.

TABEL 3. PERBANDINGAN NILAI t_{HITUNG} DENGAN t_{TABEL}

Variabel	t hitung	t table	Kesimpulan
X	4.664	1,697	Tolak Ho

Sumber: lampiran

Berdasarkan perhitungan regresi ini, juga dapat dilihat pada tabel 4.26 bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Personal branding adalah sebesar 4,664. nilai tersebut lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,697. karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable Personal branding dengan Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung . Maka secara uji hipotesisnya Terima H1 dan tolak H0.

IV. KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh personal branding terhadap kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Dilihat dari gambaran indikator-indikator masing-masing variabel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberikan nilai tinggi terhadap indikator-indikator dari variable personal branding. Terlihat dari nilai bobot variable rata-rata sebesar 171,5 nilai tersebut berada pada rentang 167 – 198 atau pada kategori sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa Personal branding yang ada sudah baik.
2. Demikian pun hasil kuesioner kinerja guru, responden sebagian besar cenderung memberikan jawaban dengan pilihan kategori baik terhadap indikator-indikator dari variable kinerja guru dengan bobot rata-rata sebesar 181, nilai tersebut berada pada rentang 167 – 198 atau pada kategori sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap Kinerja guru dapat dikatakan baik

3. Besar pengaruh variabel personal branding terhadap kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 36,4% Ini berarti, variabel personal branding berpengaruh sebesar 36,4% terhadap kinerja guru. Adapun sebesar 63,6% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Berdasarkan perhitungan regresi, diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Personal branding (X) adalah sebesar 4.27 bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Personal branding (X) adalah sebesar 4,664. nilai tersebut lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,697. karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable Personal branding (X) dengan Kinerja guru yang telah sertifikasi di MAN 2 Bandung Kabupaten Bandung

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.A Anwar Prabu Mangkunegara. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [2] Aan, Komariah dan Triatna, Cepi. 2005. *Visionary Leadership: Menuju Sekolah Efektif*. Jakarta: Balai Pustaka
- [3] A. B. Susanto, Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan
- [4] Agus Dharmas. 2001. *Manajemen Supervisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [5] Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- [6] A.M, Sardiman, 2004, *Interaksi dan motivasi belajar mengajar*, Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada
- [7] Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- [8] Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- [9] Bougie, & Sekaran. 2013. Edisi 5, *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons
- [10] Edison, Emron. Yohny anwar, Imas komariyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Fayol, Henry. 1985. *Industri dan Manajemen Umum*, Terj. Winardi, London: Sir Issac and Son
- [12] Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [13] Gomes, F.C. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : ANDI
- [14] Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- [15] -----, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- [16] Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- [17] Hubert K Rampersad, 2008, *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*, Edisi Indonesia, PPM, Jakarta
- [18] Kusmianto. 1997. *Panduan Penilaian Kinerja Guru Oleh Pengawas*. Jakarta : Erlangga.
- [19] Mangkuprawira, Sjafrli. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik* (edisi kedua). Ghalia Indonesia: Bogor
- [20] Mathis Robert, Jackson John. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Salemba empat
- [21] McNally, David. Speak, Karl D. 2004. *Be Your Own Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- [22] Mohammad Saroni. 2011. *Personal Branding Guru*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- [23] Mulyasa, E. 2007. *Menjadi Guru Profesional menciptakan Pembelajaran Kreatif dan Menyenangkan*. Bandung : Rosdakarya
- [24] Rivai, Veithzal. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari teori Ke Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- [25] Robbins, Stephen, 2006, "*Perilaku Organisasi*", Prentice Hall, edisi kesepuluh
- [26] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [27] -----2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- [28] ----- 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- [29] Sukarna. 2011. *Dasar –dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- [30] Sedarmayanti, M.Pd., APU. 2009, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung : Penerbit Mandar Maju
- [31] Slameto. 2010. *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [32] Suwatno dan Donni Juni Priansa. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik Dan Bisnis*. Bandung : Cv. Alfabeta
- [33] Uno, Hamzah.B, dan Nina Lamatenggo. 2012. *Teori Kinerja Dan Pengukurannya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara