



### PENGARUH KINERJA PEGAWAI SEBAGAI STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SD NEGERI 5 DAMAR

Anastasya, Anita, Yasmin Oktaviani, Siti Nuraisyah, M. Fikri Zikrullah

Universitas Djuanda Bogor

[anastasya87742@gmail.com](mailto:anastasya87742@gmail.com)

---

Naskah masuk: 06-07-2022, direvisi: 02-08-2022, diterima: 20-08-2022, dipublikasi: 27-08-2022

---

#### ABSTRAK

Kinerja pegawai merupakan kemampuan kerja yang dimiliki seorang pegawai. Kinerja pegawai sekolah adalah suatu prestasi kerja yang harus dicapai oleh seorang pegawai di lembaga pendidikan. Kinerja pegawai adalah bagian dari bauran pemasaran jasa pendidikan, yaitu SDM (sumber daya manusia). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja pegawai sebagai strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SD Negeri 5 Damar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi melalui pengumpulan data dengan menggunakan pengisian angket. Adapun responden penelitiannya sebanyak 11 orang yang terdiri dari 1 kepala sekolah, 8 guru, dan 2 tata usaha. Penelitian ini juga menggunakan kajian pustaka dari beberapa hasil penelitian, e-book, artikel, dan studi kasus yang terjadi di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah masalah kinerja pegawai, dampak kinerja pegawai sebagai strategi bauran pemasaran di SD Negeri 5 Damar, dan upaya pemecahan masalah.

**Kata Kunci:** *kinerja pegawai, bauran pemasaran, strategi bauran pemasaran jasa pendidikan*

#### ABSTRACT

*Employee performance is the work ability of an employee. School employee performance is a work achievement that must be achieved by an employee in an educational institution. Employee performance is part of the marketing mix of educational services, namely HR (human resources). This study aims to analyze the effect of employee performance as a marketing mix strategy for education services at SD Negeri 5 Damar. The research method used is a qualitative approach with descriptive analysis. This research was conducted by means of observation through data collection using questionnaires. The research respondents were 11 people consisting of 1 principal, 8 teachers, and 2 administrators. This study also uses a literature review of several research results, e-books, articles, and case studies that occur in the field. The results of this study are the problem of employee performance, employee impact as a marketing mix strategy at SD Negeri 5 Damar, and problem solving efforts.*

**Keywords:** *employee performance, marketing mix, education services marketing mix strategy*

## **PENDAHULUAN**

Munculnya globalisasi telah menyebabkan persaingan dalam dunia jasa pendidikan, baik itu dari jenjang sekolah dasar, menengah, atas, maupun perguruan tinggi terlibat dalam globalisasi ini. Hal ini mengakibatkan lembaga-lembaga pendidikan harus mengembangkan seluruh potensi dan kemampuannya yang bertujuan untuk menarik minat calon peserta didik. Kemampuan bersaing tersebut sangat dipengaruhi oleh kinerja dalam mengelola satuan lembaga pendidikan bersangkutan dalam merencanakan strategi yang berorientasi pada upaya membangun daya saing demi memenangkan ketatnya persaingan di dunia jasa pendidikan.

Pendidikan adalah sebuah usaha dalam mencerdaskan generasi-generasi muda untuk membangun bangsa dengan mempunyai Sumber Daya Manusia yang berkualitas. Maka tidak heran, kalau masing-masing orang ingin mendapatkan pendidikan di sekolah yang benar-benar menawarkan mutu pendidikan yang bagus. Terlebih lagi pada tingkat sekolah dasar yang dimana pada tingkat ini pendidikan kepada anak haruslah diajarkan dan disampaikan dengan baik serta dilakukan secara profesional.

Faktor-faktor yang menentukan kualitas proses pendidikan suatu sekolah adalah terletak pada unsur-unsur dinamis yang ada di dalam sekolah itu dan lingkungannya sebagai suatu kesatuan sistem. Salah satu unsurnya ialah pegawai sekolah sebagai pelaku terdepan dalam pelaksanaan pendidikan.

Pegawai sekolah sebagai tenaga pendukung memiliki peranan penting demi tercapainya mutu pendidikan yang berkualitas. Pegawai sekolah yang dimaksud diantaranya kepala sekolah, guru, dan tata usaha. Adanya integrasi peranan kepala sekolah, guru, tata usaha selaku pegawai sekolah dibutuhkan untuk menciptakan sekolah yang berkualitas.

Sekolah yang berkualitas, akuntabel, dan baik dalam pengelolaan sumber daya diharapkan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya dan dapat mengantarkan anak didiknya ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi ataupun ke dunia kerja dengan bekal ilmu pengetahuan dan teknologi serta keterampilan teknis yang sangat diperlukan oleh dunia usaha dan industri. Oleh karena itu, sekolah tersebut merupakan sekolah yang diminati masyarakat.

Pegawai sekolah merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran jasa pendidikan sumber daya manusia (SDM). Dalam hal ini, kami ingin melakukan penelitian tentang pengaruh kinerja pegawai sebagai strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SD Negeri 5 Damar. Tujuannya adalah untuk menganalisis pengaruh kinerja pegawai sebagai strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SD Negeri 5 Damar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian lapangan, lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian, yaitu Sekolah Dasar (SD) Negeri 5 Damar, yang berlokasi di Jalan Melati, Desa Sukamandi, Kecamatan Damar, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung,

Indonesia. Yang menjadi keunggulan sekolah ini adalah dari beberapa sekolah terdekat, SD Negeri 5 Damar dijadikan sebagai Sekolah Model dengan standarisasi yang bagus.

Pengambilan subjek penelitian ini dilakukan melalui pemberian angket kepada pegawai sekolah yang terdiri dari 1 kepala sekolah, 5 guru PNS, 3 guru honorer dan 2 Tata Usaha. Kegiatan penelitian dilakukan secara langsung kepada 11 responden yang dikumpulkan kedalam satu ruangan guru. Penelitian ini dilakukan di SD Negeri 5 Damar dengan total pegawai sebanyak 14 orang dan 11 orang diantaranya bersedia dan bisa untuk mengisi angket.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pemberian angket kepada 11 pegawai sekolah yang bersedia dan sukarela dalam mengisinya. Kemudian dari jawaban yang terdapat pada angket tersebut dilakukan analisis data yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan dalam bauran pemasaran. Proses keabsahan penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi jawaban pada angket responden disertai dengan artikel-artikel yang relevan. Selanjutnya dilakukan proses kesimpulan dari proses analisis data dengan artikel pendukung penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kinerja Pegawai**

Kinerja adalah sesuatu yang penting bagi suatu organisasi khususnya kinerja pegawai yang dapat membawa suatu organisasi baik itu perusahaan swasta maupun instansi pemerintah pada pencapaian tujuan yang diharapkan (Ahmadi, 2021:2).

Kinerja dapat diartikan sebagai sebuah fungsi motivasi dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan seseorang haruslah mempunyai tingkat kemauan dan tingkat kemampuan tertentu. Kinerja adalah perilaku nyata yang dilaksanakan seseorang ketika mereka melaksanakan pekerjaannya yang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang bisa memberikan manfaat bagi suatu perusahaan atau organisasi (A. Agung I. K. S., dkk, 2021:10).

Kinerja pegawai merupakan kemampuan pegawai sebagai tenaga pendidik dan pengajar dalam melaksanakan tugasnya yang sesuai dengan kecakapan dan kemampuan dalam membina peserta didik untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan (Hesti Murwati, 2012:20).

Dari beberapa pernyataan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja pegawai merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menjalankan tugasnya dari sebuah organisasi dalam lembaga pendidikan. Kinerja pegawai juga dapat diartikan sebagai hasil kerja atau prestasi dari kemampuan seorang pegawai dalam pekerjaannya. Kinerja pegawai sekolah adalah kompetensi yang harus dimiliki seseorang untuk meningkatkan kualitas suatu lembaga pendidikan.

Mahadin Shaleh (2018:4) menyebutkan bahwa ada beberapa dimensi kinerja pegawai dan faktor-faktor mempengaruhi kinerja pegawai. Inilah dimensi kinerja pegawai, sebagai berikut:

1. Pencapaian sasaran perusahaan
2. Inisiatif

3. Kerja sama
4. Sumbangan kepada kemajuan karyawan, dan
5. Perilaku lain.

Sebagian besar literatur memusatkan perhatian ini kepada enam faktor eksternal yang menentukan tingkat kinerja atau prestasi kerja seorang pegawai. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah:

1. Lingkungan
2. Perilaku manajemen atau kepemimpinan
3. Desain jabatan
4. Penilaian kinerja
5. Umpan balik
6. Administrasi pengupahan

### **Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan**

Bauran pemasaran atau biasa dikenal dengan istilah *marketing mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan pemasaran, dengan tujuan untuk mencari kombinasi maksimal sehingga memperoleh hasil yang memuaskan (Buchari Alma, 2007:130).

Bauran pemasaran bisa juga diartikan sebagai elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat di kontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu atau target pemasaran untuk memuaskan tamu tersebut. Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik terdiri dari produk, penentuan harga, promosi, distribusi yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Musfar, 2020:9).

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan alat pemasaran yang terdiri dari berbagai elemen-elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi, 2014).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran merupakan sebuah pendekatan pemasaran yang berisi cara yang dilakukan dalam menggabungkan berbagai elemen pemasaran untuk mencari kombinasi yang maksimal, sehingga mendapatkan hasil dan respon yang memuaskan dari target pemasaran. Selain itu, strategi bauran pemasaran juga dilakukan agar program atau kegiatan pemasaran yang ingin dijalankan dapat mencapai mencapai keberhasilan. Inilah unsur-unsur dalam bauran pemasaran yang terdiri dari:

1. *Product*. Produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Nana, 2015:71).
2. *Price*. Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga diartikan sebagai penentuan nilai produk di hati konsumen (Nana, 2015:109).
3. *Place*. Menurut Suryana (2013:209), tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien.

4. *Promotion*. Bauran promosi (*promotion mix*) juga disebut bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008:116).
5. *People*. Bauran pemasaran *people* berhubungan dengan perencanaan sumber daya, *job specification*, *job description*, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja (Faustinus, 2003:53).
6. *Process*. Sebuah strategi proses atau transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa ((Jay Hezer & Barry Render, 2006:332).
7. *Physical Evidence*. Lingkungan fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2006).

Dari 7 unsur bauran pemasaran diatas, fokus utama penelitian yang kami lakukan adalah tentang *people* (Sumber Daya Manusia). *People* dalam konteks pendidikan merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan, seperti kepala sekolah, guru, tata usaha, dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan berperan penting dalam jasa pendidikan bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada peserta didik dalam lembaga pendidikan (Afidatun Khasanah, 2015:161-176).

### **Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan**

Strategi merupakan sebuah pendekatan yang secara keseluruhan berkaitan dengan ide, gagasan, perencanaan, maupun eksekusi dari sebuah aktivitas yang dilakukan pada waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi menunjukkan sebuah arah yang hendak dicapai oleh organisasi demi mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam sebuah strategi pemasaran, rencana yang dilakukan harus dipadukan agar proses bauran pemasaran dapat terlaksana dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan di SD Negeri 5 Damar terdapat beberapa pegawai sekolah dan strategi kinerja yang dilakukan dari masing-masing pegawai sekolah tersebut, antara lain:

#### **1. Kepala Sekolah.**

Kepala sekolah adalah seorang pendidik yang diberi tambahan tugas untuk mengelola dan memimpin suatu lembaga pendidikan formal. Kepala sekolah diangkat berdasarkan tugas dan kewenangannya oleh pemerintah atau lembaga penyelenggara pendidikan (Suparman, 2019:14).

Dengan demikian, kepala sekolah sebagai pimpinan dalam organisasi bertanggung jawab dalam meningkatkan kualitas dari sekolah yang dia pimpin. Kepala sekolah disebut juga sebagai pegawai tinggi dari suatu lembaga pendidikan yang diwewengannya. Kepala sekolah merupakan orang yang sangat berpengaruh dalam

sekolah yang ia pimpin tersebut sehingga pegawai sekolah yang dibawahnya patut untuk mematuhi.

Dari hasil penelitian yang kami lakukan, strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah di SD Negeri 5 Damar untuk meningkatkan kualitas sekolah yang ia pimpin adalah dengan merekrut tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas. Adapun tahap penyeleksian dalam merekrut tenaga pendidik adalah dengan tes uji kompetensi guru yang terdiri dari kompetensi kepribadian, kompetensi pedagogik, kompetensi sosial, dan kompetensi profesional. Sedangkan standar kompetensi yang dimiliki oleh tenaga tata usaha, yaitu kompetensi kepribadian, kompetensi sosial, teknis, serta manajerial sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2008 tentang standar tenaga tata usaha.

Jumlah keseluruhan pegawai sekolah di SD Negeri 5 Damar berjumlah 14 orang dengan rata-rata pegawai sekolah sudah mencapai gelar minimal S1 dengan jumlah yang sudah bergelar S1, yaitu berjumlah 13 orang dan yang tidak bergelar S1, yaitu berjumlah 1 orang serta pegawai sekolah tersebut telah memenuhi standar kompetensi dasar yang baik dan mereka sudah ditempatkan sesuai dengan bidang keahlian mereka masing-masing. Selain itu, pegawai di sekolah tersebut rata-rata sudah PNS dengan jumlah pegawai yang sudah PNS, yaitu berjumlah 8 orang dan pegawai yang belum PNS, yaitu berjumlah 6 orang. Kepala sekolah juga sudah memberikan motivasi kepada para pegawai untuk meningkatkan produktivitas kinerja pegawai sekolah. Motivasi tersebut ia lakukan dengan cara melihat dari perkembangan zaman dan melanjutkan dengan perkembangan berkelanjutan bagi para pegawai. Untuk meningkatkan pengelolaan kinerja guru, kepala sekolah juga menganjurkan mereka untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilaksanakan oleh dinas LPMP, dan lain-lain.

Kepala sekolah di SD Negeri 5 Damar juga telah memberikan sanksi atau tindakan tegas kepada para pegawai yang membuat kesalahan dalam kinerjanya. Bagi para pegawai sekolah yang biasanya ada melakukan kesalahan dalam kinerja mereka, maka kepala sekolah akan memberikan tindakan tegas sesuai dengan kesalahan yang mereka lakukan, seperti menegur mereka dan lainnya. Adapun upaya yang dilakukan kepala sekolah untuk meningkatkan kinerja pegawai, yaitu dengan menganjurkan bagi pegawai yang belum S1 untuk melanjutkan pendidikan mereka ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan bagi pegawai yang masih kurang atau terkendala dalam kinerjanya, maka kepala sekolah menganjurkan mereka untuk mengikuti pelatihan-pelatihan, seperti workshop.

## 2. Guru

Guru merupakan seseorang yang mempunyai seperangkat koleksi nilai dan kemampuan yang lebih, dimana dengan koleksi itu dia bisa merubah tantangan menjadi peluang. Guru juga dapat diartikan sebagai pendidik atau agen pembelajaran (*learning agent*) dengan mempunyai peran sebagai fasilitator, motivator, pemacu, dan pemberi inspirasi belajar bagi siswa (Irjus Indrawan, 2020:5).

Guru adalah pendidik profesional dengan tugas utama, yaitu mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai, dan mengevaluasi siswa pada jalur

pendidikan formal. Tugas tersebut akan efektif, apabila guru mempunyai derajat profesional tertentu yang tercermin dari kompetensi, kemahiran, kecakapan, ataupun keterampilan yang memenuhi standar mutu atau norma etika tertentu (Danim Sudarwan, 2010:17).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa guru merupakan tenaga pendidik yang harus memiliki kompetensi dasar sebagai pemberi inspirasi belajar bagi siswa. Guru adalah orang yang sangat berperan penting dalam sistem pendidikan karena tanpa guru, maka tidak akan ada yang bisa mengajar siswa di sekolah. Guru juga merupakan panutan bagi siswanya karena baik ataupun buruk seorang guru, maka hal tersebut nantinya dapat dicontoh oleh siswa.

Berdasarkan analisis dari angket penelitian kami dihasilkan bahwa ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi kinerja guru, antara lain suasana kerja di lingkungan sekolah, kesejahteraan guru, dan hubungan kerjasama antara teman sejawat, serta pelayanan dari pimpinan dapat mempengaruhi kinerja guru.

Dalam mengelola kelas di SD Negeri 5 Damar, guru sudah bisa mengelola kelas dengan baik. Namun, masih ada beberapa tantangan dalam mengelola kelas tersebut, misalnya adanya keberagaman karakteristik individu. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan tersebut, maka guru selalu berusaha untuk mencari solusi yang terbaik dalam mengatasi kesulitan mengelola pembelajaran dikelas agar siswa bisa mendapatkan pembelajaran yang bermakna dan berusaha untuk memahami siswa. Solusi untuk mengatasi tantangan tersebut antara lain:

- a. Menciptakan suasana belajar yang menarik dan menyenangkan.
- b. Memahami apa yang menjadi permasalahan dalam pengelolaan kelas.
- c. Bekerja sama dengan orang tua siswa dalam mencari solusi alternatif yang tepat.

### 3. Tata Usaha

Secara etimologis, tata usaha adalah kegiatan memberi bantuan dalam mengelola informasi, manusia, harta ke arah suatu tujuan yang terhimpun dalam organisasi. Tata usaha merupakan penyelenggaraan kegiatan administrasi, yakni urusan tulis-menulis, termasuk hal keuangan dan sebagainya dalam sebuah perusahaan, organisasi, dan juga negara (A. S. Nurhaliza, 2019:1).

Tata usaha dapat juga diartikan sebagai bagian dari keseluruhan proses administrasi, berupa semua mekanisme yang dapat membantu, memperlancar, meningkatkan aktivitas dan efisiensi proses administrasi dengan menyediakan segala data dan informasi yang diperlukan sehingga administrasi itu berjalan dengan lancar (Hairunisa J. & Hade A., 2020:1)

Berdasarkan pernyataan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tata usaha adalah unit dari sebuah organisasi di sekolah yang bertugas melayani anggota sekolah dalam mengurus segala keperluan data dan informasi disekolah tersebut. Tata usaha di sebuah lembaga pendidikan merupakan orang yang menangani atau memberikan pelayanan kepada seluruh anggota sekolah.

Dari hasil penelitian yang kami lakukan kepada para pegawai tata usaha, yaitu bahwa segala keperluan penunjang aktivitas program sekolah di SD Negeri 5 Damar

sudah tersedia dengan baik dan hubungan kerja sama antar pegawai juga sudah terjalin dengan baik sehingga mereka tidak ada hambatan dalam melaksanakan tugasnya.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang kami lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja pegawai dapat mempengaruhi strategi bauran pemasaran jasa pendidikan. Kinerja pegawai sekolah merupakan bagian yang sangat penting dan sangat berpengaruh dalam strategi bauran pemasaran karena suatu lembaga pendidikan sangat menginginkan pegawai yang bisa bekerja sungguh-sungguh sesuai dengan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai hasil kerja yang baik. Tanpa adanya kinerja pegawai sekolah yang baik, maka akan sulit lembaga pendidikan tersebut melakukan bauran pemasaran jasa pendidikan. Kinerja pegawai yang ada di lembaga pendidikan merupakan salah satu cara yang paling penting untuk meningkatkan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan. Kinerja pegawai sekolah yang berkualitas baik dan bagus akan memicu jalannya bauran pemasaran di sekolah tersebut karena sekolah tersebut nantinya akan lebih mudah dan terpercaya untuk melakukan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan sebab masyarakat umum sudah bisa melihat, menilai, dan merasakan secara langsung bagaimana kinerja pegawai yang ada pada sekolah tersebut.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan di SD Negeri 5 Damar, strategi yang dapat dilakukan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan kualitas sekolah yang ia pimpin adalah dengan merekrut tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas. Hal tersebut dilakukan melalui tahap penyeleksian kepada tenaga pendidik, yaitu dengan tes uji kompetensi guru yang terdiri dari kompetensi kepribadian, kompetensi pedagogik, kompetensi sosial, dan kompetensi profesional. Sedangkan tahap penyeleksian terhadap tenaga tata usaha, yaitu kompetensi kepribadian, kompetensi sosial, teknis, serta manajerial. Kepala sekolah sudah menempatkan guru maupun tata usaha sesuai dengan jurusan dan keahlian mereka masing-masing. Adapun upaya yang dilakukan kepala sekolah untuk meningkatkan kinerja pegawai, yaitu dengan menganjurkan bagi pegawai yang belum S1 untuk melanjutkan pendidikan mereka ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan bagi pegawai yang masih kurang atau terkendala dalam kinerjanya, maka kepala sekolah menganjurkan mereka untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilaksanakan oleh dinas, LPMP, dan lain-lain.

Selain itu, pegawai yang bergelar S1 di SD Negeri 5 Damar berjumlah 13 orang dari 14 orang pegawai. Bukan hanya itu, seluruh pegawai juga sudah bisa melakukan kinerja mereka masing-masing dengan sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan kepala sekolah yang sudah bisa mengelola sekolah dengan baik, guru yang sudah bisa mengelola kelas dengan baik, dan tata usaha yang sudah bisa memberikan layanan yang baik. Oleh karena itu, dengan adanya kinerja pegawai yang berkualitas di SD Negeri 5 Damar tidak heran jika sekolah ini menjadi Sekolah Model bagi sekolah-sekolah lainnya yang ada di Kecamatan Damar. Bukan hanya itu, SD Negeri 5 Damar juga menjadi sekolah yang banyak diminati bagi siswa di Kecamatan Damar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja

pegawai sangat berpengaruh sebagai strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SD Negeri 5 Damar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A Agung, I. K., & dkk. (2021). *Anteseden Kinerja Pegawai*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- A S Nurhalizah. (2019). Administrasi Tata Usaha. *Artikel Universitas Negeri Padang*, hal. 1.
- Ahmadi. (2021). *Optimalisasi Motivasi dan Kinerja Pegawai: Memahami Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Danim, S. (2010). *Profesionalisasi dan Etika Profesi Guru*. Bandung: Alfabeta.
- Faustinus, C. G. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDI.
- Hairunisa, J., & Hade, A. (2020). Pengertian Administrasi Ketata Usahaan, Proses Administrasi Ketata Usahaan Sekolah, Tata Ruang Kantor/Sekolah dan Peran Guru dalam Administrasi Ketata Usahaan Sekolah. *Artikel Universitas Negeri Padang*, hal. 1.
- Hezer, J., & Render, B. (2006). *Operation Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrawan, I. (2020). *Menjadi Guru PAUD: DMIJ Plus Terintegrasi yang Profesional*. Riau: CV. DOTPLUS.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden. *Jurnal el-Tarbawi*, 161-176.
- Kotler, & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi: Edisi ke-3*. Jakarta: Erlangga.
- Murwati, H. (2012, Desember 28). Pengaruh Sertifikasi Profesi Guru terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Guru di SMK Negeri Se-Surakarta. *Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Universitas Sebelas Maret*, hal. 20.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nana, H. A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Shaleh, M. (2018). *Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*. Makassar: Aksara Timur.
- Suparman. (2019). *Kepemimpinan Kepala Sekolah & Guru (Sebuah Pengantar Teoritik)*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zeithaml, V. A., & dkk. (2006). *Service Marketing (4th ed)*. New York: The MC Graww-Hill Companies, Inc.