

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil pengolahan dan analisis data dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kapasitas Manajemen Pendidikan Tinggi Dan Pemasaran Pendidikan Terhadap Mutu Pendidikan Pada Prodi Sekolah Tinggi Kota Bandung ”, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yang tentunya merujuk pada rumusan masalah yang telah diajukan pada penelitian ini, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kapasitas Manajemen Pendidikan Tinggi yang di Sekolah Tinggi di wilayah Kota Bandung secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perangkat perangkat Sekolah Tinggi terutama pada tatanan petinggi atau setara kepala jurusan sudah melakukan indikator-indikator yang ada dalam kapasitas manajemen organisasi seperti memotivasi seluruh sumberdaya manusia, terutama staff dan mahasiswa, memberikan pengetahuan , mengenalkan budaya, dan memberikan keterampilan professional kepada dosen ataupun staff yang memiliki semangat juang tinggi. Menyediakan dan memaintenance sumber daya fisik yang dimiliki oleh Sekolah Tinggi, memastikan sumberdaya keuangan bagi berjalanya aktivitas Sekolah Tinggi. Memaintenance secara periodik akan hubungan tinggidengan *stakeholder*, memberitahukan visi dan misi secara berulang agar semua sumber daya manusia sekola tinggi dapat mengingat visi dan mengetahui tujuan Sekolah Tinggi. Memberikan kurikulum yang dibutuhkan mahasiswa dan menjamin mutu yang dimiliki oleh Sekolah Tinggi.

Pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi di Kota Bandung sudah termsuk kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Sekolah Tinggi sudah malakukan indicator-indikator yang berada pada pemasaran pendidikan yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan

pada produk yakni dalam hal ini adalah mahasiswa, adanya timbal balik dari para pengguna produk untuk meminta kembali produk untuk diberikan pekerjaan pada perusahaan konsumen, sasaran yang dimiliki jelas tujuan dan alur kerjanya, lokasi yang dimiliki oleh sekolah tinggi membantu Sekolah Tinggi dalam meningkatkan kualitas Sekolah Tinggi, Sekolah Tinggi sudah melakukan promosi-promosi untuk memberitahukan kepada khalayak luas konsumen maupun calon konsumen akan informasi dan keunggulan Sekolah Tinggi.

Mutu Pendidikan pada Sekolah Tinggi di Kota Bandung ini, sudah dalam kategori sangat tinggi, dengan kata lain bahwa mutu pendidikan pada Sekolah Tinggi di kota Bandung ini yang mencakup prestasi akademik, kreativitas, percaya diri, aspirasi, harapan, tingkat kehadiran, dan kegiatan wisuda, dengan tingkat drop out yang rendah, output staff tata usaha (TU) seperti kepuasan kerja dan komitmen terhadap sekolah, dan output guru seperti kepuasan kerja yang lebih terlibat dari disiplin kehadiran, perekrutan dan tingkat retensi yang dijalankan oleh sekolah pun sudah baik.

Terdapat pengaruh kapasitas manajemen pendidikan tinggi terhadap mutu pendidikan pada Sekolah Tinggi di Kota Bandung berdasarkan hasil penelitian pengaruhnya berada pada kategori sedang terhadap Mutu Pendidikan

Terdapat Pengaruh pemasaran pendidikan terhadap mutu pendidikan pada Sekolah Tinggi di Kota Bandung berdasarkan hasil penelitian pengaruhnya berada pada kategori sedang terhadap Mutu Pendidikan

Terdapat pengaruh kapasitas manajemen pendidikan tinggi terhadap pemasaran pendidikan pada Sekolah Tinggi di Kota Bandung berdasarkan hasil penelitian pengaruhnya berada pada kategori rendah terhadap Pemasaran Pendidikan

Terdapat pengaruh kapasitas manajemen pendidikan tinggi dan pemasaran pendidikan terhadap mutu pendidikan pada Sekolah Tinggi di

Kota Bandung berdasarkan hasil penelitian pengaruhnya berada pada kategori Rendah terhadap mutu pendidikan

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan penelitian kapasitas manajemen pendidikan dan pemasaran pendidikan terhadap mutu pendidikan, maka dapat penulis kemukakan beberapa rekomendasi antara lain:

1. Pada variabel kapasitas manajemen pendidikan tinggi ada temuan penelitian menunjukkan pada sumber daya keuangan yang hal ini dimiliki oleh Sekolah Tinggi, indikator ini lebih rendah di bandingkan indikator lainnya, hal ini disebabkan karena anggaran yang diberikan kepada Sekolah Tinggi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Sekolah Tinggi negeri, yang sumber keuangannya nya didapat dari anggaran Negara, yang sudah pasti terbatas, temuan yang di dapat dilapangan yaitu sistem keuangan yang terdapat di Sekolah Tinggi ini menggunakan sistem perencanaan-anggaran, yang artinya Sekolah Tinggi melakukan perencanaan untuk anggaran Sekolah Tinggi selama satu tahun kedepan, lalu diberikan kepada pemerintah.

Pemerintah memberikan budget sesuai dengan anggaran yang diajukan. Hal ini menjadi kendala ketika pada tahun anggaran ada hal hal yang diluar perencanaan seperti inovasi produk atau perubahan kurikulum yang mengharuskan tersedianya bahan ajar yang tidak termasuk kedalam anggaran yang diajukan.

Solusi yang bisa ditawarkan oleh peneliti adalah, Sekolah Tinggi bisa melakukan hubungan kerja sama dengan stakeholder terkait, terutama para pengguna jasa Sekolah Tinggi seperti perusahaan. Dengan adanya kerja sama yang ditawarkan oleh Sekolah Tinggi dengan perusahaan maka hal hal yang diluar anggaran yang memang perlu diadakan bisa teratasi.

2. Pada variabel pemasaran pendidikan hasil menunjukkan adanya indikator yang mendapatkan skor terendah dibandingkan dengan indikator lainnya seperti *Place* indikator tersebut dikategorikan masih rendah dibandingkan dengan indikator yang lainnya

Place adalah letak lokasi Sekolah Tinggi mempunyai peranan yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai manfaat jasa yang diprediksikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Menurut Kotler et al ( 2002 halaman 9) Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut.

- a) Akses yaitu kemudahan mencapai lokasi
  - b) Visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaannya fisiknya.
  - c) Lalu lintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi minat customer terhadap penyedia jasa tersebut
  - d) Tempat parkir yang luas
  - e) Ekspansi yaitu ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha
  - f) Persaingan yaitu dengan memperhitungkan lokasi pesaing kita
  - g) Peraturan pemerintah yaitu ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus dianut oleh setiap lembaga pendidikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang kapasitas manajemen pendidikan tinggi dan pemasaran pendidikan terhadap mutu pendidikan alangkah lebih baik jika peneliti berkenan lebih memperhatikan faktor faktor luar yang dapat mempengaruhi langsung terhadap mutu.

Kapasitas manajemen pendidikan tinggi merupakan ilmu yang masih berkembang, banyak hal dan faktor yang masih bisa digali dan diperhatikan secara terperinci. Pemasaran pendidikan pun hal yang masih berkembang, seiring berkembangnya zaman pemasaran pendidikan akan sangat dibutuhkan oleh bidang pendidikan terutama pendidikan tinggi yang didirikan oleh pihak swasta.

4. Dalam penelitian ini mempunyai kelemahan yakni alat ukur yang digunakan hanya bisa menggambarkan belum bisa mengukur secara lebih detail akan keterhubungan kapasitas manajemen dan pemasaran

pendidikan terhadap mutu, maka diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar menggunakan alat ukur yang bisa mengukur keterhubungan kedua variabel tersebut.

5. Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat belajar dari kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, agar penelitian yang dilakukan dapat lebih diperdalam lagi.