

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menunjukkan “terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara bauran pemasaran jasa terhadap citra perguruan tinggi swasta di Kota Bandung”. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bauran Pemasaran jasa

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan *Weighted Mean Score* (WMS) mengenai gambaran umum secara keseluruhan bauran pemasaran yaitu diperoleh skor presentase sebesar 75,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa tanggapan mahasiswa mengenai kinerja bauran pemasaran jasa pendidikan perguruan tinggi swasta di Kota Bandung berada pada kategori baik .

2. Citra Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan *Weighted Mean Score* (WMS) mengenai gambaran umum citra perguruan tinggi swasta yaitu diperoleh skor presentase sebesar 75%. Hal ini dapat diartikan bahwa tanggapan mahasiswa mengenai citra perguruan tinggi swasta dengan berdasarkan pendekatan sistem pendidikan yang mahasiswa rasakan secara langsung berada pada kategori baik.

3. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung.

Dari hasil analisis data menunjukkan berdasarkan pengujian hipotesis regresi secara simultan secara bersama – sama bauran pemasaran jasa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap variabel (y) yaitu citra perguruan tinggi swasta hasil hipotesis yang diajukan peneliti

diterima. Sedangkan hasil uji parsial (individu) pada masing-masing elemen bauran pemasaran (produk, promosi, harga, lokasi, orang, fasilitas fisik dan proses) di peroleh terdapat pengaruh positif terhadap citra perguruan tinggi swasta di Kota Bandung. Maka dapat diinterpretasikan bahwa dengan adanya kinerja seluruh bauran elemen bauran pemasaran pada jasa pendidikan akan berpengaruh pada pencapaian peningkatan citra positif. Pengaruh ini dipertegas dengan hasil perhitungan koefisien determinasi 0,614. Hal ini dapat diartikan kontribusi variabel independent elemen bauran pemasaran sebanyak 61,4% oleh variabel Y citra lembaga. Sementara sisanya 38,6% di terangkan oleh faktor lain

B. Implikasi

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian yang dilakukan pada elemen bauran pemasaran jasa pendidikan (produk, promosi, harga, lokasi, orang/sdm, fasilitas fisik dan proses) bisa menjadi salah satu faktor yang dapat membangun citra yang baik pada perguruan tinggi swasta di Kota Bandung. Penerapan kinerja bauran pemasaran dapat diimplementasikan pada perguruan tinggi swasta di Kota Bandung sebagai sebuah cara untuk membentuk citra positif perguruan tinggi swasta. Karena fungsi pemasaran pada dasarnya untuk membentuk citra baik terhadap citra perguruan tinggi swasta

2. Secara Manajerial

Implikasi secara manajerial untuk menciptakan citra positif yaitu perguruan tinggi sebaiknya membentuk divisi atau organisasi tersendiri yang mana fokus kinerja pada teori bauran pemasaran. Divisi ini didukung oleh SDM yang memiliki kompetensi dalam hal merencanakan, menganalisis kebutuhan, mengorganisir dan mengontrol setiap elemen bauran pemasaran yaitu mulai dari produk, promosi, harga, lokasi, proses, orang, fasilitas dan proses pendidikan. berikut lebih rinci penjelasannya:

1. Menetapkan rencana, menganalisis kebutuhan, mengorganisir dan mengontrol pada setiap aspek bauran produk yaitu mutu produk mulai dari kebijakan, variasi pilihan produk, diferensiasi produk seperti mata kuliah, bahan ajar (silabus), isi perkuliahan, sistem informasi manajemen.
2. Menetapkan rencana, menganalisis kebutuhan, mengorganisir dan mengontrol pada setiap aspek bauran promosi yaitu dengan memperhatikan aspek bauran promosi yaitu *cooporate desaign*, promosi informasi kampus, dan berperan aktif dalam kegiatan bermasyarakat dan promosi penjualan seperti pemberian beasiswa kepada calon mahasiswa maupun mahasiswa aktif
3. Menetapkan rencana, menganalisis kebutuhan dalam menetapkan harga pada satu mahasiswa dengan mengorganisir atau mengatur agar tercapainya keterjangkauan biaya, memiliki alternatif kemudahan dalam prosedur pembayaran perkuliahan dan senantiasa mengontrol agar tingkat kesesuaian biaya perkuliah sesuai dengan mutu pelayanan yang diterima
4. Pada aspek bauran orang perguruan tinggi harus menjaga kualitas kompetensi dosen, administrator, dan pegawai atau staf dalam memberikan mutu layanan jasa yang berorientasi kepada mahasiswa sebagai penerima jasa dengan dengan melakukan evaluasi kepada mahasiswa tentang kinerja bauran orang (dosen, administrator, pegawai/staf) dan meningkatkan kompetensi dengan memberikan pelatihan dan penghargaan bagi para dosen, administrator dan pegawai/staf PTS itu sendiri
5. Pada aspek bauran lokasi PTS senantiasa menjaga kondisi kondusif dengan menetapkan kebijakan/peraturan agar terciptanya kenyamanan dan keamanan dalam proses perkuliahan serta memberikan kemudahan menuju akses kampus dengan memfasilitasi para mahasiswa dengan mobil kampus agar dapat diakses dengan mudah oleh para mahasiswa

6. Pada aspek bauran fasilitas fisik PTS senantiasa menjaga merawat dan melengkapi segala fasilitas, dan ruang perkuliahan agar terciptanya kesan positif dan kenyamanan mahasiswa
7. pada aspek proses PTS menjaga kualitas proses mulai dari proses pembelajaran dan proses pelayanan dengan mengevaluasi, menetapkan rencana perbaikan, mengorganisir dan mengontrol agar terciptanya proses pendidikan yang baik

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan citra perguruan tinggi swasta di Kota Bandung, maka ada beberapa hal yang peneliti rekomendasikan diantaranya:

1. Untuk Lembaga

- a. Rekomendasi untuk perguruan tinggi swasta di Kota Bandung dalam meningkatkan kinerja bauran harga yaitu dari penetapan harga atau biaya perguruan tinggi ditetapkan berdasarkan kebutuhan, kepentingan perguruan tinggi dalam menjalankan fungsi tridharma perguruan tinggi, perguruan tinggi tidak sebaiknya berupaya dalam profit maksimum, namun memaksimalkan penguasaan pasar yaitu dari sisi kuantitas mahasiswa yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan jumlah rasio dosen, fasilitas yang dimiliki serta pelayanan yang bermutu, serta mempertimbangkan harga dengan produk yang dimiliki pesaing (Kotler dalam Zeithalm dan Bitner, 2000 hlm. 436).
- b. Selain itu dalam upaya mengatasi masalah keterjangkauan biaya oleh mahasiswa dapat di atasi dengan berbagai taktik dalam prosedur pembayaran perkuliahan yaitu dengan 1) *Unit Pricing*: uang dibayar berdasarkan berdasarkan perunit contoh persks, modul, alat sarana pembelajaran sesuai dengan jumlah sks yang dipilih 2) *Two-part pricing*: yaitu mahasiswa membayar iuran dengan dua kali pembayaran 3) *Term or semester pricing*: Pembayaran ditetapkan selama satu semester. 4) *Differential Pricing* yaitu penetapan harga

sesuai dengan segmen (pasar) mahasiswa yang diterima kelas reguler dan kelas karyawan maupun kelas mahasiswa yang menerima beasiswa, kelas pagi, sore atau malam hari, diberikan harga berbeda

5) *Negotiated Fees* Penetapan biaya kuliah bisa dirundingkan (negosiasi antara pihak orang tua dan pengelola perguruan tinggi) dengan mempertimbangkan kemampuan, kedudukan, pekerjaan orang tua.

6) *Quantity Discount* akan memberikan diskon kepada sejumlah kelompok daerah maupun sekolah

7) *Time Discount*. Penetapan harga lebih murah jika mahasiswa mendaftar lebih dulu sesuai dengan waktu yang ditentukan

- c. Upaya mengatasi masalah citra proses pendidikan khususnya pada penelitian ini ialah kinerja proses pada perguruan tinggi swasta seperti proses pelayanan seharusnya lebih mengedepankan aspek kemudahan, kesederhanaan prosedur, kejelasan, ketepatan dalam memberikan informasi dan cepat tanggap terhadap keluhan mahasiswa dalam hal pelayanan. Selain itu dari sisi proses pembelajaran seperti proses belajar di kelas (sistematis, mudah dipahami, menyenangkan), proses ujian proses dalam pembimbingan akademik, jadwal akademik yang berorientasi pada rencana mutu pendidikan perguruan tinggi itu sendiri. Serta lebih mencoba untuk transparansi dari sisi proses pengelolaan pendidikan seperti transparansi penilaian, pembelajaran, alokasi dana yang secara umum di kerluarkan oleh mahasiswa, transparansi ketercapaian kualitas manajemen mutu yang sudah dicapai. Dengan berbagai upaya tersebut akan menumbuhkan kepuasan, kepercayaan dan citra positif mahasiswa akan proses pendidikan yang dirasakan mahasiswa.

2. Untuk Penelitian Berikutnya

Penelitian ini secara umum hanya melihat dari pengaruh bauran pemasaran perguruan tinggi. Namun masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi citra perguruan tinggi swasta selain bauran pemasaran yaitu seperti penerapan TQM, (*Total Quality Manajemen*, CRM

(*Customer relationship Management*), maupun dari faktor *leadership* menggunakan *competitive strength, competitive area, competitive result* untuk meningkatkan daya saing PTS dalam membangun citra positif perguruan tinggi. Dan juga peneliti berikutnya objek penelitian tidak hanya melalui mahasiswa namun pada stakeholder lainya seperti, orang tua, perusahaan/lembaga sebagai pengguna dari hasil/output pendidikan yaitu alumni perguruan tinggi itu sendiri