

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai pelanggan AKPER Aisyiyah (survei terhadap mahasiswa AKPER Aisyiyah angkatan 2006-2008), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran jasa pendidikan AKPER Aisyiyah secara umum dinilai biasa saja oleh responden. Hal ini dibuktikan dari tinjauan kontinum tanggapan responden terhadap dimensi bauran pemasaran jasa pendidikan yang termasuk dalam kategori sedang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :
 - *Program* dalam persepsi responden sudah berjalan optimal, namun ada beberapa hal yang masih kurang seperti keragaman pilihan konsentrasi program studi, keragaman jenjang pendidikan yang ditawarkan dan tidak adanya penawaran pendidikan profesi keperawatan (Ners).
 - *Price* dalam persepsi responden sudah berjalan optimal, namun ada beberapa hal yang masih kurang seperti jarak pembayaran angsuran yang berdekatan dan terbatasnya Bank ditunjuk sebagai tempat pembayaran biaya perkuliahan.

- *Place* dalam persepsi responden sudah berjalan optimal, namun masih harus ditingkatkan karena lokasi kampus tidak berada di badan jalan raya.
- *Promotion* dalam persepsi responden belum berjalan secara optimal.
- *Process* dalam persepsi responden sudah berjalan optimal.
- *Physical Facilities* dalam persepsi responden sudah berjalan optimal, namun masih harus ditingkatkan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *promotion* mempunyai kinerja terendah secara keseluruhan dari indikator pengukurnya yaitu tingkat daya tarik program promosi, tingkat ketepatan penggunaan media promosi dan tingkat keragaman media untuk berpromosi sedangkan untuk kinerja tertinggi terdapat pada *place* dengan indikator pengukurnya yaitu kestrategisan lokasi dan kemudahan akses menuju lokasi kampus AKPER Aisyiyah.

2. Berdasarkan hasil penelitian, nilai pelanggan AKPER Aisyiyah termasuk pada kategori rendah. Hal ini dapat dilihat dari skor manfaat rata - rata yang lebih kecil dari pada skor rata- rata korbanan Skor tertinggi dari indikator manfaat terdapat pada tanggapan responden mengenai kemenarikan citra AKPER Aisyiyah Sedangkan skor terendah terdapat pada tanggapan responden mengenai kecepatan pelayanan bagian akademik sedangkan untuk indikator korbanan skor tertinggi tanggapan responden mengenai kemudahan dalam menempuh

pendidikan dan skor terendah terdapat pada tanggapan responden mengenai dana yang dikeluarkan untuk menempuh.

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan yang terdiri dari *program, price, place, promotion, process, physical facilities* dan *people* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan AKPER Aisyiyah..

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap nilai pelanggan AKPER Aisyiyah (survei pada mahasiswa AKPER Aisyiyah angkatan 2006-2008), maka untuk mencapai tujuan peningkatan kinerja bauran pemasaran jasa pendidikan dan meningkatkan nilai pelanggan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi AKPER Aisyiyah sebagai berikut :

1. AKPER Aisyiyah perlu meningkatkan promosi dengan cara memasang spanduk, iklan melalui media cetak dan elektronik, mengirim brosur, katalog ke alamat calon mahasiswa atau ke sekolah – sekolah melalui guru – guru ataupun kepala sekolah dan untuk meningkatkan daya tarik program promosi, AKPER Aisyiyah dapat membuat tim khusus untuk merancang program promosi yang lebih menarik yang dapat terdiri dari pihak AKPER Aisyiyah maupun bekerjasama

dengan pihak luar yang lebih kompeten dalam membuat program promosi pendidikan. tinggi.

2. Untuk meningkatkan manfaat yang diterima oleh mahasiswa, AKPER Aisyiyah perlu untuk meningkatkan kecepatan pelayanan bagian administrasi dengan cara kompetisasi dengan sistem yang lebih modern misalnya melalui ICT di bidang pelayanan administrasi pendidikan.
3. AKPER Aisyiyah perlu untuk menjaga citranya baik dalam pandangan mahasiswa dengan cara meningkatkan kompetensi lulusan melalui menyesuaikan kurikulum sesuai dengan standar internasional yang berlaku sehingga para lulusan AKPER Aisyiyah selain mampu terserap di pasar domestik juga mampu mengisi peluang pasar internasional.
4. AKPER Aisyiyah perlu untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing melalui kursus – kursus bahasa terutama bahasa inggris, bahasa jepang dan mandarin bagi seluruh dosen dan mahasiswa atau memasukkan pelajaran bahasa ke dalam kurikulum.
5. AKPER Aisyiyah perlu untuk meningkatkan kemampuan dosen dan mahasiswa dalam menguasai teknologi modern dibidang kesehatan melalui seminar ataupun peragaan alat – alat kesehatan tersebut minimal setahun sekali.
6. AKPER Aisyiyah perlu untuk meningkatkan kerjasama dengan institusi lain pengguna lulusan pendidikan keperawatan sehingga para lulusan dari AKPER Aisyiyah lebih mudah terserap dalam dunia kerja melalui MOU, bursa kerja dan sebagainya.

7. Untuk memperkecil pengorbanan dari segi dana yang harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk menempuh pendidikan maka AKPER Aisyiyah perlu berupaya untuk memperoleh pendapatan di luar dari biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh mahasiswa misalnya dengan pembuatan proposal ke dinas terkait, ataupun melalui pencarian sponsor dan donatur.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai pelanggan seperti *segmenting, targeting dan positioning*, oleh karena itu peneliti berharap faktor-faktor lain tersebut bisa diteliti lebih lanjut di kemudian hari untuk menyempurnakan penelitian mengenai nilai pelanggan ini.

