

**BAB 5**  
**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan tujuh program studi yang diteliti oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa peminat dari program studi yang bersangkutan berdasarkan SMA dan Kota dapat di jabarkan seperti ini ;

<b>NO</b>	<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>USM</b>	<b>PMDK</b>
1	Teknik Sipil	SMA Negeri Kota Bandung	SMA Swasta Kota Bandung, SMA Negeri Kota Bandung, dan SMA Swasta Kota Semarang
2	Arsitektur	SMA Taruna Bakti dan SMA Negeri Kota Bandung	SMA Swasta Kota Bandung dan SMA Negeri Kota Bandung
3	Teknik Industri	SMA Swasta Kota Bandung dan SMA Swasta Palembang	SMA Swasta Kota Bandung
4	Teknik Kimia	SMA Swasta Kota Bandung	SMA Swasta Semarang, Bandung, dan Jabodetabek
5	Teknik Elektro	SMA Swasta Kota Bandung dan Jabodetabek	SMA Swasta DKI Jakarta, Magelang, Batam, dan Kabupaten Bandung
6	Matematika	SMA Swasta Kota Bandung dan Jabodetabek	SMA Swasta Kota Malang, Bandung, dan Jabodetabek
7	Fisika	SMA Swasta Kota Bandung, Sumba Timur, Bukit Tinggi, dan Cianjur	SMA Swasta Kota Bandung dan Kabupaten Belu
8	Teknik Informatika	SMA Swasta Kota Bandung	SMA Swasta Kota Bandung

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, saran yang bisa diberikan oleh peneliti kepada pihak Unpar adalah ;

1. Melakukan kerja sama dengan SMA-SMA target Unpar khususnya SMA Negeri untuk mengikut sertakan peran guru BK dalam pendampingan pendaftaran jalur PMDK. Saran ini didasarkan dari rendahnya minat SMA Negeri yang mendaftarkan diri melalui jalur PMDK. Dengan melibatkan peran guru BK, diharapkan Unpar dapat memberikan penyuluhan dan informasi yang luas terkait Unpar agar siswa-siswa SMA tertarik untuk masuk Unpar. Kerja sama dengan pihak SMA terkait dapat menjamin kelangsungan bisnis dari Unpar, selain untuk memberikan informasi-informasi yang menyeluruh terkait Unpar, kerja sama dengan SMA ini dapat membuka relasi lebih luas, membuat program gabungan, ataupun saling melengkapi terkait sumber daya yang dimiliki oleh pihak Unpar ataupun SMA terkait.
2. Membuat acara yang dapat melibatkan siswa-siswi SMA. Unpar dapat melakukan kerja sama dengan badan-badan eksekutif yang ada di Unpar sebagai panitia untuk bisa memperluas jaringan dengan memanfaatkan alumni-alumni SMA bersangkutan untuk membuat relasi antara Unpar dan SMA terkait. Acara yang bisa dilakukan oleh Unpar merupakan acara yang melibatkan siswa-siswi SMA secara langsung, contohnya, lomba cerdas cermat, dengan reward berupa potongan harga untuk pendaftaran masuk Unpar ketika siswa-siswi yang bersangkutan mendapatkan gelar juara.
3. Aktif berpartisipasi dalam kampus expo yang digelar di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini untuk meningkatkan *awareness* serta *interest* kepada siswa-siswi yang sedang mencari pendidikan lanjutan di universitas. Dengan mengikuti kampus expo, diharapkan Unpar dapat lebih dekat dengan calon konsumen dan dapat memberikan informasi secara langsung kepada siswa-siswi SMA ataupun orang tua murid yang ada di dalam acara tersebut.
4. Untuk data, sebaiknya Unpar memperketat sistematis input data siswa-siswi yang mendaftarkan diri ke Unpar baik melalui jalur USM ataupun

PMDK. Dari 19.862 data yang di olah oleh peneliti, hanya terdapat 18.918 data yang lengkap terkait SMA dan kota. Data yang tidak lengkap ini bisa terletak pada ketiadaannya nama SMA ataupun nama kota. Di dalam data yang di terima oleh peneliti untuk PMDK dan USM 1, masih terdapat SMA, kota, asal daerah, dan lain-lain yang tidak terisi. Selain daripada itu, ini didasari oleh banyaknya data yang tidak terhubung antara satu dan lainnya dalam setiap tahun, contohnya perbedaan susunan kata ataupun huruf terkait SMA (SMA 1 Kristen BPK Penabur & SMA Kristen 1 BPK Penabur ; SMA Gonzaga & SMA Kolese Gonzaga ; SMA Alloysius 1 & SMA St. Aloysius 1 ; dan lain-lain), hal ini berdampak pada munculnya dualisme data padahal merupakan objek yang sama.

5. Untuk selanjutnya, dapat mengikut sertakan pertanyaan terkait pekerjaan orang tua, pendapatan per bulan, aktivitas, dan lain-lain, Hal ini untuk meningkatkan analisa *profiling* pendaftar Unpar secara lebih luas, sehingga untuk kedepannya, Unpar dapat membuat strategi pemasaran yang lebih spesifik dan menjurus.
6. Untuk kedepannya, disarankan untuk melakukan penelitian mengenai profil calon mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan yang potensial. Pada penelitian ini, terdapat keterbatasan peneliti untuk mengetahui profil calon mahasiswa bukan pendaftar Universitas Katolik Parahyangan, hal ini dikarenakan penelitian ini hanya terbatas pada calon mahasiswa yang mendaftar di USM 1 dan PMDK Unpar karena ketersediannya data.
7. Dalam melakukan eksekusi pemasaran, Universitas Katolik Parahyangan harus fokus terhadap SMA-SMA potensial ataupun SMA-SMA yang menjadi target pendaftar di USM dan PMDK, hal ini dikarenakan *trend* yang ada pada setiap fakultas sangat variatif dari tahun ke tahun.
8. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mencari tahu lebih dalam terkait pemilihan Universitas calon mahasiswa apakah sangat berpengaruh terhadap preferensi orang tua masing-masing individu. Selain daripada itu, usulan peneliti pada penelitian selanjutnya adalah untuk mengetahui preferensi calon mahasiswa dalam memilih universitas apakah berdasarkan jurusan atau universitas terkait.

9. Pada seleksi yang melalui jalur PMDK. Universitas Katolik Parahyangan pada tahun-tahun mendatang ada baiknya apabila melihat ranking SMA yang ada. Hal ini demi mewujudkan baiknya mutu dari calon mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan yang masuk atau mendaftar melalui jalur undangan atau PMDK. Dengan mengetahui ranking SMA, Universitas Katolik Parahyangan bisa melakukan pendekatan kepada SMA terkait dengan lebih intensif dan menjalin kerjasama yang lebih kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2017, May 7). *Daftar Lengkap Perguruan Tinggi Di Bandung, Jawa Barat*. Retrieved July 16, 2019, from idtesis.com: <https://idtesis.com/daftar-lengkap-perguruan-tinggi-bandung-jawa-barat/>
- Agustinustriyanto. (2018, Maret 9). *Bentuk, Status, dan Program Pendidikan Perguruan Tinggi*. Retrieved July 14, 2019, from A Great Wordpress.com site: <https://agustinustriyanto.wordpress.com/karir/bentuk-status-dan-program-pendidikan-perguruan-tinggi/>
- Aiman , A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi. *Jurnal Perikanan dan Kelautan* , 146-156.
- Alawiyah, F. (2011). Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi. *Aspirasi*.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*.
- Kamsihyati, T., Sutomo, & FS, S. (2016). Kajian Faktor-Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah di Desa Jangrana Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap. *Geo Edukasi*, 16-21.
- KEMENDIKBUD. (2019, June 1). *Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah*. Retrieved July 16, 2019, from Data Sekolah: <http://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/sp/1/020000>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Unisba*.
- Mokoagouw, S. E., Massie, J., & Wenas, R. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.

- Nirmala, I., & Attamimi, A. N. (2017). *Statistik Pendidikan Tinggi 2017*. Jakarta: Pusdatin Iptek Dikti.
- Nurkholis. (2013). Pendidikan Dalam Upaya Memajukan Teknologi. *Jurnal Kependidikan*.
- Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Purnamasari, D. (2017, May 2). *Bisnis Industri Pendidikan yang Makin Diminati*. Retrieved July 14, 2019, from Tirto.id: <https://tirto.id/bisnis-industri-pendidikan-yang-makin-diminati-cnRh>
- Rahmadiani, A. (2016). Penggunaan Situs Jadihero.com Pada Komunitas GPROID Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- RISTEKDIKTI. (2016). *Laporan Tahunan 2016*. Indonesia: Ristekdikti.
- RISTEKDIKTI. (2018, February 9). *Buku Statistik Pendidikan Tinggi 2017*. Retrieved July 14, 2019, from Kementrian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (n.d.). *Research Method For Business: A Skill Building Approach (Fifth Edition)*. New York: Haddington: John Wiley & Sons.
- Sofyan. (2006). Strategi Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Hunafa*.
- Suharno, & Sutarso. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Yogyakarta Graha Ilmu.
- Widiyani, R. (2016, March 3). *Pendidikan di Jawa Masih Terbaik*. Retrieved July 16, 2019, from Harian Nasional: <http://www.harnas.co/2016/03/03/pendidikan-di-jawa-masih-terbaik>
- Widiyanto, E. (2019, February 10). *Mendikbud Akui Lebarnya Ketimpangan Pendidikan di Indonesia*. (A. Saubani, Editor) Retrieved July 12, 2019, from Republika: <https://republika.co.id/berita/pmpi9c409/mendikbud-akui-lebarnya-ketimpangan-pendidikan-di-indonesia>