

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Fisip UNPAR menggunakan strategi Fokus (*Focus Strategy*) dengan perbedaan (*Differentiation*). Dimana strategi ini sebagai cara untuk bersaing dengan kompetitornya dan dapat mempertahankan serta memperluas pasarnya di tengah persaingan yang ketat di dunia pendidikan melalui strategi yang diterapkan. Strategi ini sesuai dengan biaya pendidikan perkuliahan yang ditawarkan Fisip UNPAR yakni kisaran Dua puluh lima juta dua ratus tujuh puluh ribu rupiah (RP 25.270.000) untuk Ilmu Adm. Publik, Empat puluh dua juta enam ratus rupiah (RP 42.600.000) untuk Ilmu Adm. Bisnis, Empat puluh tiga juta dua ratus tujuh puluh ribu rupiah (RP 43.270.000) untuk Ilmu Hubungan Internasional dan perbedaan sistem pembelajaran mengenai ilmu sosial dan politik di setiap jurusan yang terdapat dalam Fisip UNPAR (Hubungan Internasional, Administrasi Bisnis, dan Administrasi Publik). Selain itu Fisip UNPAR menentukan segmentasi pasar berada pada *Narrow (market segment)* dimana hal tersebut dapat dijelaskan pada konsumen yang memilih unpar merupakan lulusan dari Sekolah Menengah Atas (SMA) dan dilihat dari penghasilan konsumen (keluarga) yang kisaran pendapatan Rp 10.000.000 - Rp 50.000.000 per bulan. Fisip UNPAR mempunyai program Beasiswa

yang diperuntukan bagi mahasiswa/wi yang berprestasi baik pada bidang Akademik dan Ekstra Kurikular. Dengan adanya program tersebut, Fisip UNPAR dapat mengkatagorikan mahasiswa/wi baru yang akan melanjutkan pendidikan di Fisip UNPAR baik melalui PMDK dan USM 1 2 3 (Ujian Saringan Masuk).

2. Fisip UNPAR memiliki kekuatan untuk mempertahankan kemampuan dalam menjalankan proses pendidikan yang berfokus kepada segmentasi konsumen yang potensial. Kekuatan Fisip UNPAR yaitu :

- Mendapatkan kepercayaan konsumen.
- Melakukan kegiatan kerja sama dengan Universitas dalam negeri / luar negeri dalam jurusan Fisip
- SDM pengajar/dosen sudah berpengalaman untuk proses pembelajaran.
- Komitmen yang cukup besar dari staf pengajar dalam memaksimalkan potensi dalam merealisasikan visi dan misi yang telah di tetapkan.
- Alumni Fisip UNPAR yang memiliki berjejaring yang kuat secara nasional dan internasional.
- Akreditasi Fisip UNPAR yang sudah memenuhi standar pendidikan BAN-PT.

Selain kekuatan yang dimiliki, Fisip UNPAR juga memiliki beberapa kelemahan

yang didapat dari faktor internal perusahaan yaitu :

- Sarana dan fasilitas yang dimiliki masih standar untuk meningkatkan proses akademik

- Sistem informasi dan teknologi belum digunakan secara optimal
- Kurikulum yang belum optimal untuk kebutuhan pasar
- Masih minimnya keinginan mahasiswa untuk mengikuti kegiatan ilmiah diluar kampus

Dengan adanya faktor kelemahan tersebut, Fisip UNPAR dapat mengetahui mengenai kekurangan yang harus dievaluasi untuk mendapatkan hasil yang baik. Dari faktor lingkungan eksternal Fisip UNPAR memiliki peluang yang kondisinya harus dimanfaatkan oleh Fisip UNPAR antara lain :

- Mengembangkan standar pengelolaan pendidikan.
- Kebutuhan lulusan program studi yang memiliki skill dan berkompentensi yang di hasilkan oleh program studi.
- Kesempatan masyarakat untuk mengikuti pendidikan tinggi.
- Pentingnya keilmuan sosial dan politik untuk lingkup pekerjaan
- Kemudahan akses pembayaran kuliah secara “*virtual online*”.
- Terbukanya peluang kerjasama antara univeristas dalam negeri maupun luar negeri.

Dengan kekuatan yang dimiliki yang berguna untuk memanfaatkan peluang yang ada saat ini. Fisip UNPAR dapat meningkatkan dan mempertahankan kondisi internal perusahaan yang telah baik dan mengevaluasi kondisi yang buruk bagi perusahaan. Fisip UNPAR juga harus memperhatikan kondisi eksternal perusahaan terhadap ancaman yang dapat mempengaruhi kegiatan di dalam perusahaan. Ancaman yang dimiliki yaitu :

- Masih tingginya minat calon mahasiswa yang berkeinginan kuliah di Perguruan Tinggi Negeri

- Semakin tingginya pendatang baru dalam industri sejenis.
- Semakin banyaknya dosen tenaga kerja asing
- Perkembangan Teknologi Informasi, mempengaruhi sistem pembelajaran konvensional

Dari faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, peneliti melakukan analisis perencanaan dari matriks SWOT, matriks Internal-Eksternal, dan matriks QSPM. Hasil dari perencanaan strategi yang didapat menunjukkan bahwa Fisip UNPAR berada di Kuadran V yang dimana pada kuadran tersebut perusahaan menunjukkan bahwa pengaruh dari lingkungan internal perusahaan seperti Kekuatan (*Strenght*) dan Kelemahan (*Weakness*) lebih kecil pengaruhnya terhadap aktivitas kegiatan di luar perusahaan. Faktor - faktor eksternal perusahaan memiliki kekuatan yang lebih terhadap seluruh aktivitas dan proses usaha. Fisip UNPAR yang berada pada kuadran V tersebut memberi arti bahwa perusahaan perlu melakukan strategi mempertahankan dan memelihara (*Hold an Maintain*). Maka terdapat 2 alternatif strategi umum yang dapat digunakan Fisip UNPAR **Strategi Penetrasi Pasar (*Strategy Market Penetration*)** dan **Strategi Pengembangan Pasar (*Strategy Product Development*)**. Berdasarkan hasil dari analisis matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM), peneliti menyarankan Fisip UNPAR untuk menggunakan strategi **Penetrasi Pasar** dibandingkan dengan strategi Pengembangan pasar. Strategi Penetrasi Pasar cocok bagi Fisip UNPAR untuk melakukan *digital marketing* dan *social media marketing* cocok bagi Fisip UNPAR untuk meningkatkan minat konsumen dan memudahkan para calon konsumen untuk mengetahui pelayanan apa saja yang dapat ditawarkan.

6.2 Saran

Strategi yang disarankan peneliti mengenai **Penetrasi Pasar** dapat dilakukan dengan mengencarkan pengembangan sarana dan prasarana. Selain itu, pemasaran di luar kota yang khususnya pada kota-kota besar di Indonesia untuk mendapatkan geografis minat jangkauan konsumen yang lebih luas. Beberapa tindakan yang mungkin dapat dilakukan dengan penetrasi pasar yaitu:

- Mengembangkan fasilitas dan sarana untuk meningkatkan proses pendidikan bagi mahasiswa/i Fisip UNPAR. Hal ini berguna untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kualitas lulusan dari Fisip UNPAR.
- Mengembangkan *website* Fisip UNPAR untuk dapat menampilkan kondisi terbaru, agar dapat diketahui baik oleh mahasiswa/i baru yang berminat masuk ke jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan dapat diakses oleh mahasiswa aktif untuk mendapatkan berita secara *update online*.
- Melakukan pemasaran dengan sistem *digital marketing* dan *social media marketing*. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang berkembang pada saat ini. Selain mengandalkan *word of mouth*, Fisip UNPAR perlu aktif mengikuti pameran *Education Fair* khususnya di kota-kota besar.

Selain mengimplementasikan strategi penetrasi pasar diatas, perusahaan juga dapat melakukan strategi lain untuk mempertahankan usaha perusahaan, antara lain:

- Mengembangkan pelayanan terbaru sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengembangan pelayanan ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa pendidikan Fisip UNPAR.
- Meningkatkan kerjasama dibidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dengan pihak eksternal baik ditingkat lokal, nasional maupun internasional.
- Mengadakan pembicaraan secara internal yang melibatkan mahasiswa Fisip UNPAR yang bertujuan mendapatkan ide atau masukan dari mahasiswa untuk pengembangan Fisip UNPAR
- Mempertahankan akreditasi yang didapatkan baik secara nasional maupun internasional

Daftar Pustaka

BUKU

- David, Fred R. 2012. Manajemen Strategi. Buku 1, Edisi dua belas. Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

JURNAL

- Afrillita, Nur. 2013. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda. E-Jurnal Administrasi Bisnis. No. 1, Vo. 1. Hal: 56-70.
- Foris, J. P., & Ronny, H. M. 2015. Analisis Strategi pada Perusahaan Plastik dengan *Porter Five Forces*. Vol. 3, No. 1. AGORA. Hal: 736-741.
- Kaligis, Dirk. 2015. Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Persaingan. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. 3, No. 2. Hal: 199-213.
- Kasman. 2012. Manajemen Strategik: Analisis Pemilihan Strategi Induk Pengembangan Lembaga Pendidikan dan Bisnis. Jurnal Manajemen Pendidikan. Vol. 23, No. 6. September: 487-496.
- Kuntjoroadi, Wibowo., & Safitri, N. 2009. Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Vol. 16, No. 1. Januari-April: 45-52.
- Lesmana, Rosa. 2016. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan di Green River City Bekasi. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen. Vol. 3, No. 2. Juni: 40-59.
- Muhammad, Suwarsono. 2008. Matriks & Skenario dalam Strategi. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munizu, Musran. 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK di Sulawesi Selatan). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 12, No. 1. Maret: 33-41.
- Nisak, Zuhrotun. 2013. Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 9, No. 2.
- Puspitasari, N. B., Rumita, R., & Pratama, G. Y. 2013. Pemilihan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dan Model MAUT (*Multi Attribute Utility Theory*). Vol. VIII, No. 3. September: 171-180.
- Selang, C. A. D. 2013. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Vol. 1, No. 3. EMBA. Juni: 71-80.
- Sugiarto, F. F. 2016. Analisa Strategi Bersaing PT Surya Cipta Mandiri. Vol. 4, No. 2. AGORA. Hal: 250-258.

- Wijaya, S., & Gunawan, A. C. 2006. Analisa Segmentasi Penentuan Target dan Posisi Pasar Pada Restoran Steak dan Grill di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol. 2, No. 2. Hal: 76-85.
- Yeni, Fitri. 2013. Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada KFC Di Kota Padang. Vol. 2, No. 1. Hal: 1-9.

Link :

- <https://forlap.ristekdikti.go.id/mahasiswa/homegraphbidang>
- <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/bn/2018/bn1488-2018.pdf>
- <https://pmb.unpar.ac.id>
- <https://ristekdikti.go.id/kemenristekdikti-umumkan-klasterisasi-perguruan-tinggi-indonesia-tahun-2017/>
- <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/statistik-5/>
- <http://litbang.kemdikbud.go.id>
- <http://peraturan.go.id>
- <https://www.bappenas.go.id/id/data-dan-informasi-utama/dokumen-perencanaan-dan-pelaksanaan/dokumen-rencana-pembangunan-nasional/rpjp-2005-2025/rpjp-2005-2025/>
- <https://www.kompasiana.com/dykadyk/54f84263a33311225e8b49b7/online-learning>