BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mengambil kesimpulan sesuai dengan identifikasi masalah yang ingin dicari, yaitu sebagai berikut :

1. **Strategi keunggulan bersaing di UNIKOM**

- Berdasarkan hasil analisis UNIKOM memiliki strategi untuk dapat bersaing dengan PTS sudah menerapkan model strategi keunggulan bersaing , baik dalam penerapan teknologi informasi, Orientasi pasar, maupun dalam penerapan strategi bisnisnya
- Prestasi yang tinggi mencapai tingkat internasional, mempertahankan dan meningkatkan kinerja pemasaran melalui strategi pasar yang terdiri dari *segmenting, targeting, dan posisioning*, serta strategi bauran pemasaran jasa yang terdieri dari *Product, Promotion, Place, Price, People, Proces, Physical Evidenc.*
- Brand Image UNIKOM yang menjadikan pusat pendidikan unggul dalam teknologi informasi dengan model ICT (Unikom Center) menarik minat calon mahasiswa
- *Cost* yang lebih rendah dibanding PTS pesaing potensial lainnya

2. **Hambatan dihadapi UNIKOM dalam mengembangkan strategi bersaingnya**

- Lulusan alumni / mahasiswa yang kurang puas dengan pelayanan UNIKOM sehingga kurang merekomendasikan sebagai pilihan PTS
- Adanya pesaing utama yang terakreditasi “A”
- Pesaing utama yang memiliki teknologi yang lebih canggih dan memfasilitasi para mahasiswa
- Brand Image pesaing yang lebih kuat dimana universitas yang berbasis teknologi informasi dengan model ICT menarik minat calon mahasiswa karena terfasilitasi dengan baik mengikuti pola UNIKOM namun berkelanjutan

3. Eksistensi UNIKOM di era globalisasi

- Prestasi UNIKOM pada tingkat Nasional dan Internasioanal
- Partnership yang cukup luas
- Lokasi kampus yang strategis
- Promosi yang baik yang terlihat dari Infrastruktur megah UNIKOM

4. Keunggulan bersaing dalam meningkatkan eksistensi UNIKOM

Berdasarkan analisis menggunakan diagram matrik I-E berada pada kuadran V Posisi ini mengindikasikan UNIKOM dalam posisi tumbuh dan membangun (*grow and built*) maka strategi yang dapat digunakan adalah UNIKOM memilih staregi konsentrasi, dapat tumbuh melalui integrasi horizontal maupun vertikal, secara internal melalui sumber daya yang UNIKOM miliki. UNIKOM salah satu perguruan tinggi yang menjalankan bauran pemasaran yang kuat namun secara internal unikom lemah dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen (mahasiswa) baik dilihat dari

pelayanan staff kesekretariatan ataupun dosen pengajar masih belum merata dan teroptimalkan dengan baik.

Strategi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan agar tetap mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang semakin ketat menggunakan analisis matrik *SWOT*

1) Strategi SO (*Strenght – Opportunty*)

a. Memperkuat sumber daya manusia (dosen pengampu) dalam pengalaman internasioanal untuk meningkatkan kualitas

b. Mengupayakan peningkatan kualitas dan kualifikasi dosen dengan mengevaluasi proses pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat, lulusan pengajar

c. Memperbaiki kinerja dan pelayanan terhadap pelanggan (mahasiswa)

2) Strategi WO (*Weakness– Opportunity*)

a. Meningkatkan akreditasi kampus dan program studi

b. Mempertahankan akreditasi program studi yang terakreditasi A

c. Mengupayakan fasilitasi (dana/hibah, akses, dan insentif) bagi penelitian dan publikasi baik di jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional

d. Meningkatkan *loyal customer* agar lulusan UNIKOM bangga dengan kampusnya

3) Strategi ST (*Strenght – Threat*)

a. Memberikan pelatihan kepada staff UNIKOM

b. Mengupayakan peningkatan kemampuan, keterampilan, kapabilitas tenaga kependidikan

c. Meng evaluasi dan monitoring sarana dan prasarana yang dibutuhkan mahasiswa agar teroptimalkan dengan baik

4) Strategi WT (*Weakness – Threat*)

a. Membentuk dan memperkuat ikatan alumni (IKA) UNIKOM untuk menciptakan kredibilitas kampus dengan mengupayakan lulusan UNIKOM merasa puas dengan yang telah dicapai

b. menjalankan Sistem Penjaminan Mutu Internal

c. meningkatkan dan mengoptimalkan teknologi

5. Analisis Matriks *Boston Consulting Group (BCG)*

a. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan matriks BCG, maka dapat diketahui tingkat pertumbuhan pasar mahasiswa UNIKOM tahun 2016-2017 sebesar -0.13 % yang berarti bahwa UNIKOM memiliki pertumbuhan pasar yang rendah.

b. Berdasarkan perhitungan matriks BCG untuk mengetahui pangsa pasar relatif (relative market share) maka telah diketahui bahwa pangsa pasar relatif perguruan tinggi swasta pesaing tahun 2016 sebesar 3.4 > 1 dan pada tahun 2017 sebesar 2.7 > 1 yang artinya menunjukkan bahwa pesaing memiliki pangsa pasar lebih besar dibandingkan dengan UNIKOM karena nilai pangsa pasar relatifnya lebih besar dari satu

c. Berdasarkan pada kedua matriks BCG posisi UNIKOM pada tahun 2016 dan tahun 2017 berada pada posisi cash cow atau sapi yang menunjukkan bahwa posisi UNIKOM berada pada pertumbuhan rendah dan pangsa pasar tinggi karena pangsa pasar UNIKOM pada tahun 2016 dan tahun 2017 mempunyai nilai pangsa pasar relatifnya pada tahun 2016 dan 2017 lebih besar dari satu (>1).

d. Berdasarkan matriks BCG UNIKOM pada tahun 2016 dan tahun 2017, letak posisi titik berada di kuadran sapi atau cash cow dengan indikasi pertumbuhan pasar yang rendah dan pangsa pasarnya yang tinggi. Ini berarti jumlah pertumbuhan mahasiswa baru yang berminat masuk unikom rendah dan pangsa pasar juga tinggi. Strategi yang dapat di ambil adalah melakukan investasi agar menjadi posisi *star*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan melakukan pembahasan masalah, maka penulis memberikan saran yaitu sebagai berikut.

1. Sebaiknya UNIKOM lebih Meningkatkan pelayanan untuk mahasiswa agar kepuasan mahasiswa meningkat dari segi kualitas dosen, keramahtamahan staff, kredibilitas staff dalam mencapai *loyal customer*
2. Sebaiknya UNIKOM mengevaluasi pangsa pasar karena Perguruan tinggi yang kompetitif tidak hanya dilihat dari harga rendah yang bersaing namun dari segi fasilitas,harga,pelayanan,sarana prasarana, kualitas yang sesuai dan dapat bersaing dengan perguruan tinggi swasta yang lain.
3. Sebaiknya UNIKOM lebih mengoptimalkan dan meningkatkan teknologi baru untuk menghadapi *distruptive innovation* dengan pesaing lain

4. Sebaiknya UNIKOM Mengoptimalkan sarana prasarana untuk mahasiswa agar mahasiswa merasa nyaman dan senang berada dikampus.
5. Sebaiknya UNIKOM Meningkatkan kualitas Sumber daya manusia sehingga menjadi *role model* agar calon mahasiswa merasa bangga untuk masuk Universitas Komputer Indonesia
6. Sebaiknya UNIKOM membuat ikatan alumni yang terpusat guna meningkatkan kredibilitas kampus secara berkelanjutan
7. Sebaiknya UNIKOM Mengevaluasi program studi yang belum teroptimalkan dengan baik dengan memperbaiki sistem operasional dan kinerja yang belum baik.
8. Sebaiknya UNIKOM lebih memperketat peraturan dengan pengabdian kepada masyarakat