

Pengaruh Otonomi Pendidikan Tinggi Terhadap Strategi Kerjasama dan Bauran Pemasaran Serta Implikasinya Pada Kinerja Program Studi di Kopertis Wilayah 1

Marion Sibarani

Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung

Email: marionsibarani1010956@gmail.com

ABSTRAK

Relatif rendahnya kualitas lulusan perguruan tinggi dalam negeri dibandingkan dengan lulusan perguruan tinggi negara - negara Asia lainnya disebabkan berbagai premis yang dikemukakan terkait dengan otonomi pendidikan tinggi, strategi kerjasama, bauran pemasaran, dan kinerja program studi. Jawaban terhadap premis-premis tersebut didapat melalui persamaan model struktural dan interpretasi hasil pengolahan data. Kebijakan otonomi pendidikan berpengaruh positif cukup besar terhadap pelaksanaan strategi bauran pemasaran jasa oleh program studi Perguruan Tinggi Swasta, antara lain memperlancar upaya penciptaan program-program baru, upaya penyesuaian biaya pendidikan akademik, upaya meningkatkan sarana, prasarana dan kualitas staff maupun non akademik.

Kebijakan otonomi Pendidikan akan mampu meningkatkan kerja sama program studi Perguruan Tinggi Swasta, dan serta meningkatkan keberhasilannya dalam mencapai tujuan Perguruan Tinggi Swasta yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan, bahwa strategi kerja sama dan strategi bauran pemasaran jasa yang diimplementasikan pada program studi di Perguruan Tinggi Swasta saling berinteraksi. Dalam pelaksanaan kerjasama staff akademik / non akademik saling berinteraksi dengan bauran pemasaran jasa dalam upaya peningkatan kualitas SDM. Kerjasama pemanfaatan sarana dan pemanfaatan prasarana saling berinteraksi dengan upaya peningkatan proses pembelajaran, Kerjasama dalam pengabdian kepada masyarakat saling berinteraksi dengan upaya promosi.

Kata kunci: otonomi perguruan tinggi, kerjasama, bauran pemasaran, kinerja program studi.

ABSTRACT

The background of this research is the relative low quality of domestic college graduates with other Asian universities graduates from various premises which are related to the autonomy of higher education, cooperation strategy, marketing mix, and study program performance. Model The premise is searched by collecting the most relevant data, then the data is processed through the structural equation and interpretation of the results of data processing is the findings of research conducted and described. The policy of educational autonomy will have a considerable positive effect on the implementation of the service marketing mix strategy by Private Higher Education programs, such as facilitating the creation of new programs, the efforts to adjust the education cost that is affordable to the community, the efforts to improve the facilities, infrastructure and the quality of lecturers staff as well as administrative (non academic).

Academic Autonomy Policy Education will be able to improve the implementation of the cooperation strategy of Private Higher Education program, will be more smooth and improve its success in achieving the goals of Private Higher Education that have been determined and although the policy of autonomy of education at Private Higher Education program has less direct influence on its performance. This means that the strategy of cooperation and marketing service mix strategy implemented in the study program at Private Higher Education interact with each other. Among others, in the implementation of cooperation of academic staff / administrative staff interact with the service marketing mix in the effort of improving the quality of human resources: the cooperation of the utilization of facilities and the utilization of infrastructure interact with the efforts of improving the learning process: cooperation in dedication to the community interact with the promotion efforts.

Keywords: *university autonomy, cooperation, marketing mix, program performance.*

PENDAHULUAN

Hasil survei yang dilakukan oleh *The Political and economic Risk Consultancy*, lembaga konsultan yang berkedudukan di Hongkong, tahun 2009 (Ahmad Dahidi, Republika, 03 Mei 2012), dimana menempatkan peringkat *Human Development Index* atau Index Pembangunan Manusia Jepang dalam urutan ketiga di bawah Korea Selatan dan Singapura. Sementara itu, bila dibandingkan dengan IPM Indonesia, berada pada peringkat jauh di bawahnya dari 12 negara Asia yang disurvei, Indonesia berada di urutan 12.

Kualitas pendidikan tinggi masih rendah di Indonesia, menyebabkan kurangnya pengakuan dunia internasional terhadap kualitas lulusan perguruan tinggi di Indonesia, karena pendidikan Indonesia

masih berada di bawah standar internasional.

Identifikasi Masalah

Identifikasikan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah otonomi pendidikan tinggi berpengaruh signifikan terhadap strategi kerjasama program studi perguruan tinggi swasta.
2. Sejauh mana otonomi pendidikan tinggi berpengaruh signifikan terhadap strategi bauran pemasaran jasa program studi perguruan tinggi swasta.
3. Sejauh mana otonomi pendidikan tinggi berpengaruh langsung terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.
4. Apakah strategi kerjasama berpengaruh signifikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.

5. Sejauh mana strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.
6. Sejauh mana otonomi pendidikan, strategi kerja sama, dan strategi bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.
7. Sejauh mana korelasi otonomi pendidikan signifikan antara strategi kerjasama dengan strategi bauran pemasaran.
- e. Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.
- f. Pengaruh secara simultan penerapan kebijakan otonomi pendidikan, strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.

Maksud

Mengacu pada identifikasi masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut:

- a. Pengaruh otonomi pendidikan terhadap strategi kerjasama perguruan tinggi swasta.
- b. Pengaruh otonomi pendidikan terhadap strategi bauran pemasaran perguruan tinggi swasta.
- c. Pengaruh otonomi pendidikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.
- d. Pengaruh strategi kerjasama terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta.

Kegunaan Hasil Penelitian

- a. Bagi pengembangan ilmu manajemen *strategic* dalam sektor pendidikan tinggi, yang terkait dengan Strategi Kerjasama, Strategi Bauran Pemasaran Jasa, Kebijakan Otonomi Pendidikan dan Kinerja Program Studi Perguruan Tinggi Swasta.
- b. Bagi para praktisi perguruan tinggi swasta dalam usaha merespon perubahan lingkungan eksternal yang kompleks, khususnya berkenaan dengan kebijakan otonomi pendidikan, strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran jasa serta dalam evaluasi dan pengendalian kinerja program studi.

TINJAUAN PUSTAKA

Otonomi Pendidikan Tinggi

Di Indonesia, azas otonomi dan kebebasan akademik secara resmi dinyatakan dalam UU. RI No.20 tahun 2003

dan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang pengelolaan pendidikan tinggi yang berlaku bagi seluruh lembaga pendidikan tinggi negeri dan swasta di Indonesia.

Manajemen Strategi (*Strategic Management*)

Harison dan St. John (1998:4) menyatakan sebagai berikut: *“Strategic management is the process through which organization analyze and learn from their internal and external environment, establish strategic direction, create strategies that intended to the help achieve established goals, and execute those strategies, all in an effort to satisfy key organizational stakeholder”*. Artinya “Manajemen strategi berkenaan dengan penentuan arah masa depan suatu organisasi dan implementasi keputusan-keputusan yang telah dipilih untuk mencapai tujuan jangka menengah maupun jangka pendek organisasi tersebut”.

Strategi Kerjasama

Hitt M.A. Ireland R.D dan Hoskisson R.E (1997), mengemukakan bahwa strategi kerjasama merupakan kerjasama antara organisasi yang menggabungkan sumberdaya dan/ atau kemampuan dan

kompetensi inti bersama-sama untuk mencapai kepentingan bersama.

Strategi Bauran Pemasaran (*The Marketing Mix*)

Pemasaran jasa pendidikan tinggi di dunia menurut Kotler dan Fox (1995:8) menawarkan jasa dengan bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh alat pemasaran yang dikenal dengan 7 Ps: *Product, Price, Place, (location and delivery system), Promotion, Process, Physical facilities, dan People*.

Kinerja (*Performance*)

Benardin dan Russel, 1993:378 mendefinisikan sebagai berikut: *“Performance is defined as the record of outcome produced on a specified function or activity during a specified time period”*.

Kinerja adalah kinerja organisasi dalam meningkatkan produktivitas, pangsa pasar keseluruhan, kecenderungan profitabilitas, pendapatan persaham, dan sebagainya. (Hunger dan Wheelen, 2001:71), Selanjutnya bahwa kinerja organisasi dapat ditunjukkan atas area, unit, proyek, atau fungsi. Di lingkungan instansi pemerintah kinerja ditafsirkan sebagai berikut: “Kinerja merupakan suatu alat manajemen untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas.

Sebenarnya pengukuran kinerja memiliki makna ganda, yaitu pengukuran kinerja sendiri dan evaluasi kinerja.

Untuk melaksanakan kedua hal tersebut, terlebih dulu harus ditentukan tujuan dari suatu program secara jelas. Setelah program didesain, haruslah sudah termasuk penciptaan indikator kinerja atau ukuran keberhasilan pelaksanaan program, sehingga dengan demikian dapat diukur dan dievaluasi tingkat keberhasilannya". (Pedoman Penyusunan Pelaporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, 1999:3).

Premis

Premis adalah teori atau ketentuan yang masih mempunyai kebenaran relatif tinggi dalam upaya dedikasi dan biasanya bersifat non empirikal, serta premis dipakai oleh peneliti untuk merumuskan hipotesis.

Premis 1:

Dalam perumusan strategi organisasi akan memanfaatkan peluang-peluang antara lain kebijakan otonomi pendidikan dan penghindar ancaman, antara lain peraturan dari pemerintah yang merupakan lingkungan eksternal organisasi (Sondang Siagian, 2001: M.A. Hitt, 1997: D. W. Craven, 1996).

Premis 2:

Lingkungan eksternal yang sangat kompleks termasuk peraturan-peraturan dan kebijakan-kebijakan pemerintah antara lain otonomi pendidikan dapat mempengaruhi kinerja unit/subunit yang berbeda dari suatu organisasi (Agustinus S.W. 1996: Tilaar, 2002: Sondang Siagian, 2001: J.David Hunger & T.L. Wheelen, 1996).

Premis 3:

Faktor internal dan eksternal antara lain kebijakan otonomi pendidikan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang ditentukan oleh suatu organisasi (Pearce & Robinson, 1997: Jauch dan Glueck, 1997).

Premis 4:

Pilihan strategi sampai pada taraf tertentu, dibatasi oleh ketergantungan suatu organisasi pada pemilik, pesaing, pelanggan, pemerintah, dan publik untuk kelangsungan hidup organisasi (Glueck W.F. 1997: Blocher, 2000).

Premis 5:

Strategi kerjasama menciptakan ruang lingkup efisiensi bersama antara dua atau lebih organisasi (M.A. Hitt 1997: Pearce & Robinson, 1997).

Premis 6:

Strategi yang sesuai untuk perguruan tinggi adalah strategi bauran pemasaran jasa yang terdiri dari tujuh variabel, yakni: *product*,

Premis 7:

Strategi pemasaran jasa berpengaruh terhadap kinerja organisasi (Kotler dan Armstrong, 2001: Cravens, 2000: Rambat Lupiyoadi, 2001)

Premis 8:

Strategi merupakan faktor penentu kinerja organisasi (Yeoh dan Jeong 1995: Swamidass and Newell, 1989).

Premis 9:

Secara spesifik, strategi adalah suatu perangkat untuk meningkatkan kinerja organisasi (Francis, 1985: R. Tothomas: 1989: Smart 1995).

Premis 10:

Strategi merupakan suatu rencana yang dipadukan dan menyeluruh untuk menjamin pencapaian tujuan organisasi (Jauch dan Glueck, 1997: Vancil, 1997: Mintzberg, 1998: Blocher, 2000)

Premis 11:

Strategi merupakan alat penting dalam rangka mencapai keunggulan bersaing bagi

pricing, promotion, place, people, process, customer service (Kotler dan Fox, 1995: Buchori Alma, 1998: Rambat Lupiyoadi, 2001).

suatu organisasi (Porter, 1992: Shaub, 1993: Jauch and Glueck, 1997).

Premis 12:

Strategi-strategi yang diimplementasikan pada suatu organisasi saling berhubungan dalam pencapaian tujuan serta sasaran organisasi (J.D. Hunger & T.L. Wheelen, 2001: Pearce & Robinson, 1997).

Premis 13:

Kinerja merupakan hasil dari proses evaluasi dan pengendalian strategi yang dilaksanakan pada pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditargetkan oleh organisasi (Wheelen, 2001: M.A. Hitt, 2002).

Premis 14:

Dalam pencapaian kinerja lembaga pendidikan akan dipengaruhi oleh unsur-unsur kebijakan pemerintah (antara lain kebijakan otonomi pendidikan) yang merupakan peluang bagi lembaga pendidikan (Tilaar, 2001: Azyumardi, 2001, Bambang 1996:79: F.David, 2002:104: S.Sutojo & F.Kleinsteuber, 2002:377).

Hipotesis 1:

Otonomi pendidikan tinggi berpengaruh signifikan terhadap strategi kerjasama Premis (1, 2, 3).

Hipotesis 2:

Otonomi pendidikan berpengaruh signifikan terhadap strategi bauran pemasaran jasa (Premis 1, 2, 3).

Hipotesis 3:

Penerapan kebijakan otonomi pendidikan tinggi berpengaruh langsung signifikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta (Premis 2, 14).

Hipotesis 4:

Strategi kerjasama berpengaruh signifikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta (premis 1, 2).

Hipotesis 5:

Strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja program studi perguruan tinggi swasta (Premis 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11).

Hipotesis 6:

Otonomi pendidikan tinggi, strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja program studi perguruan

tinggi swasta (Premis 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13).

Hipotesis 7:

Terdapat korelasi signifikan antara strategi kerjasama dengan strategi bauran pemasaran jasa pada program studi perguruan tinggi swasta (premis 12).

METODE RISET

Observasi dilakukan terhadap Ketua Program Studi atau sekertarisnya atau dosen sejumlah program studi jenjang S1 Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Kopertis Wilayah 1 Sumatera Utara. Sedangkan sebagai obyek riset meliputi Penerapan Kebijakan Otonomi Pendidikan Tinggi, Strategi Kerjasama, Strategi Bauran Pemasaran dan Kinerja Program Studi Perguruan Tinggi Swasta. Teknik sampling yang digunakan dalam riset ini adalah *stratified random sampling*, yaitu populasi terdiri atas lapisan atau beberapa stratum (strata) dan agar sampelnya juga mencerminkan lapisan-lapisan pada populasi sehingga respresentatif, maka cara pengambilan sampel dilakukan dari setiap lapisan secara acak.

Pada riset ini lapisan-lapisan adalah sebagai berikut: Program studi dengan akreditasi peringkat A, B, C dan belum terakreditasi.

Sesuai dengan Hair dkk, dalam riset ini sejumlah sampel/responden adalah 252 = 6 x 42, dengan rincian sebagai berikut: 17 (7%) responden dari program studi dengan akreditasi peringkat A, 129 (59%) responden dari program studi dengan akreditasi peringkat B, dan 106 (42%) responden dari program studi dengan akreditasi peringkat C.

Pengumpulan data primer yang akan dilakukan adalah menggunakan metode sampling stratifikasi. Menggunakan kuesioner didasarkan atas segala Likert yang disampaikan kepada para Ketua atau Sekertaris atau Staff Dosen pada program studi PTS. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Kopertis Wilayah 1 Sumatra Utara, Pusat Statistik Pendidikan Diknas, dan Biro Pusat Statistik.

Teknik Analisis

Dari hipotesis yang menjelaskan hubungan sebab akibat, dapat dijabarkan dalam bentuk skema diagram variabel.

Variabel yang dimaksudkan adalah variabel indikator X1, X2, X3, X4, X5... Xk. Variabel X merupakan variabel yang dapat diukur atau dapat diamati (observed variable) atau variabel manifest, yang

dipengaruhi oleh faktor atau variabel latent eksogen. Sedangkan variabel indikator Y1, Y2, Y3, Y4, Y5,... Yk yang di pengaruhi faktor atau variabel latent endogen.

Adapun persamaan umum model matematis SEM/LISREL adalah berikut, dimana:

Persamaan endogenous constructs:

$$Y = \Lambda y \eta + \epsilon \quad \dots\dots\dots (1)$$

Persamaan exogenous constructs:

$$X = \Lambda x \xi + \delta \quad \dots\dots\dots (2)$$

Persamaan model struktural:

$$\eta = \Gamma \xi + B \eta + C \quad \dots\dots\dots (3)$$

Variabel penelitian dilambangkan dengan:

SA: Strategi Kerjasama

SPB: Strategi Bauran Pemasaran

KIN: Kinerja Program Studi

OPT: Otonomi Pendidikan

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dalam menganalisa kedua model tersebut disajikan dalam bentuk diagram jalur, yang merupakan model persamaan struktural. Nilai-nilai koefisien jalur dari semua variabel pada masing-masing model struktural yang terbentuk menunjukkan adanya pengaruh variabel-variabel lainnya.

Koefisien jalur yang menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan dengan mengacu pada persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa variabel strategi kerjasama dipengaruhi secara positif oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,43 nilai signifikan pada persamaan tersebut di atas terlihat cukup besar yaitu $t_{hitung} = 5,02$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$.

Hasil pengolahan data menunjukkan juga, bahwa nilai R^2 untuk persamaan 1 adalah sebesar 0,19 nilai ini mengindikasikan bahwa strategi kerjasama dipengaruhi oleh penerapan kebijakan otonomi pendidikan sebesar 19% dan masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi strategi kerjasama di luar faktor penerapan kebijakan otonomi pendidikan yang ditunjukkan oleh error varian, sebesar 0,081 atau (8,1%).

Pengaruh Otonomi Pendidikan terhadap Strategi Bauran Pemasaran

Persamaan model 2 adalah sebagai berikut: koefisien gamma (γ), sedangkan koefisien jalur pengaruh variabel dependen lainnya dinyatakan dengan nilai beta (β).

a. Pengaruh Otonomi Pendidikan terhadap strategi kerjasama. Hipotesis yang diajukan, adalah sebagai berikut :

$SA = 0,43 * OPT$, Errorvar = 0,81, $R^2 = 0,19$ (0,086) 5,02 $SPB = 0,68 * OPT$, Errorvar . = 0,53, $R^2 = 0,47$ (0,083) 8,19
--

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa variabel strategi bauran pemasaran jasa dipengaruhi secara positif oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,68 nilai signifikan pada persamaan tersebut di atas terlihat cukup besar, yaitu $t_{hitung} = 8,19$ di atas $t_{tabel} = 1,96$. Sedangkan besarnya nilai R^2 untuk persamaan di atas adalah 0,47.

Nilai ini mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi strategi bauran pemasaran jasa di luar faktor penerapan kebijakan otonomi pendidikan yang ditunjukkan error varian cukup tinggi, sebesar 0,53 atau (53%).

Pengaruh Otonomi Pendidikan Tinggi terhadap Kinerja Program Studi PTS

Untuk model 3, sesuai dengan hipotesis 3 adalah sebagai berikut:

$$\text{KIN} = 0,10*\text{SA} + 0,78*\text{SBP} + 0,11*\text{OPT},$$

errorvar. = 0,20, $R^2 = 0,80$.
 (0,0049) (0,095) (0,053)
 2,14 8,21 2,07

Persamaan di atas menjelaskan bahwa variabel kinerja program studi PTS dipengaruhi secara langsung oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan sebesar 0,11. Nilai signifikan pada persamaan di atas terlihat cukup besar, yaitu t value = 2,07 lebih besar dari t tabel = 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis konseptual 3 dapat diterima dengan signifikan.

Nilai-nilai koefisien jalur dari variabel pada masing-masing model struktural yang terbentuk menunjukkan adanya pengaruh variabel-variabel tersebut model terhadap variabel-variabel lainnya. Koefisien jalur yang menunjukkan adanya

Pengaruh Otonomi Pendidikan Tinggi terhadap Kinerja Program Studi PTS

Untuk model 3, sesuai dengan hipotesis 3 adalah sebagai berikut:

$$\text{KIN} = 0,10*\text{SA} + 0,78*\text{SBP} + 0,11*\text{OPT},$$

Errorval. = 0,20, $R^2 = 0,80$.
 (0,0049) (0,095)(0,053)
 2,14 8,21 2,07

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan dengan koefisien gamma (γ), sedangkan koefisien jalur pengaruh variabel dependen lainnya dinyatakan dengan nilai beta (β).

a. Pengaruh Otonomi Pendidikan terhadap Strategi Kerjasama hipotesis yang diajukan, adalah sebagai berikut :

$$\text{SA} = 0,43*\text{OPT}, \text{ Errorvar} = 0,81, R^2 0,19$$

(0,086)
 5,02

Mengacu pada persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa variabel strategi kerjasama dipengaruhi secara positif oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,43. Nilai signifikan pada persamaan tersebut di atas terlihat cukup besar yaitu t hitung = 5,02, lebih besar dari t tabel = 1,96.

Persamaan di atas menjelaskan bahwa variabel kinerja program studi PTS dipengaruhi secara langsung oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan sebesar 0,11 nilai signifikansi pada persamaan di atas terlihat cukup besar, yaitu t value = 2,07 lebih besar dari ttabel =1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis konseptual 3 dapat diterima dengan signifikan.

Nilai-nilai koefisien jalur dari variabel pada masing-masing struktural yang terbentuk menunjukan adanya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap variabel-variabel lainnya.

sedangkan koefisien jalur pengaruh variabel dependen terhadap variabel dependen lainnya dinyatakan dengan nilai beta (β).

Pengaruh otonomi pendidikan terhadap startegi kerja sama,

Hipotesis yang diajukan, adalah sebagai berikut:

$SA = 0,43 * OPT, \text{ Errorvar} = 0,81, R^2 = 0,19$ <p>(0,086)</p> <p>5,02</p>

Mengacu pada persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa variabel startegi kerjasama dipengaruhi secara positif oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,43. Nilai signifikansi pada persamaan tersebut di atas terlihat cukup besar yaitu $t_{hitung} = 5,02$, lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$.

Hasil pengolahan data menunjukkan juga, bahwa nilai R^2 untuk persamaan di atas adalah sebesar 0,19. Nilai ini mengindikasikan bahwa strategi kerjasama

Koefisien jalur yang menunjukkan adanya pengaruh independen terhadap variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan dengan koefisien gamma (γ),

dipengaruhi oleh penerapan kebijakan otonomi pendidikan sebesar 19% dan masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi strategi kerjasama diluar faktor penerapan kebijakan otonomi pendidikan yang ditunjukan oleh error varian sebesar 0,81 atau (81%).

Pengaruh otonomi pendidikan terhadap startegi bauran pemasaran

Persamaan model 2 adalah sebagai berikut:

$SBP = 0,068 * OPT, \text{ Error var.} = 0,53,$ $R^2 = 0,47$ <p>(0,083)</p> <p>8,19</p>

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa variabel strategi bauran pemasaran jasa dipengaruhi secara positif oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,68 nilai signifikansi pada persamaan tersebut di atas terlihat cukup besar, yaitu $t_{hitung} = 8,19$ di atas $t_{tabel} = 1,96$.

Sedangkan besarnya nilai R^2 untuk persamaan di atas adalah 0,47 nilai ini mengidentifikasi bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi strategi bauran pemasaran jasa diluar faktor penerapan kebijakan otonomi pendidikan yang ditunjukkan oleh error varian cukup tinggi, sebesar 0,53 atau (53%).

Pengaruh Otonomi Pendidikan Tinggi terhadap Kinerja Program Studi PTS

Untuk model 3, sesuai dengan hipotesis 3 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KIN} &= 0,10 \cdot \text{SA} + 0,78 \cdot \text{SBP} + 0,11 \cdot \text{OPT}, \\ \text{errorvar.} &= 0,20, R^2 = 0,80. \\ &(0,0049) (0,095) (0,053) \\ &2,14 \quad 8,21 \quad 2,07 \end{aligned}$$

Persamaan di atas menjelaskan bahwa variabel kinerja program studi PTS dipengaruhi secara langsung oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan sebesar 0,11. Nilai signifikansi pada persamaan di atas terlihat cukup besar, yaitu t value= 2,07 lebih besar dari t tabel = 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis konseptual 3 dapat diterima dengan signifikan.

Pengaruh strategi kerjasama terhadap kinerja program studi

Mengacu pada hasil pengolahan data untuk model struktural 3, adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KIN} &= 0,10 \cdot \text{SA} + 0,78 \cdot \text{SBP} + 0,11 \cdot \text{OPT}, \\ \text{Errorvar.} &= 0,20, R^2 = 0,80 \\ &(0,049) (0,095) (0,053) \\ &2,14 \quad 8,21 \quad 2,07 \end{aligned}$$

Variabel strategi kerjasama berpengaruh secara parsial terhadap kinerja program studi PTS dengan koefisien jalur sebesar 0,10. Nilai signifikansi pada persamaan di atas terlihat kurang besar, yaitu t hitung = 2,14, namun masih berada di atas t tabel = 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima secara signifikan.

Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kinerja program studi PTS

Mengacu pada hasil pengolahan data untuk model struktural 3, sesuai dengan hipotesis yang diajukan:

$$\begin{aligned} \text{KIN} &= 0,10 \cdot \text{SA} + 0,78 \cdot \text{SBP} + 0,11 \cdot \text{OPT}, \\ \text{Errorvar.} &= 0,20, R^2 = 0,80 \\ &(0,049) (0,095) (0,053) \\ &2,14 \quad 8,21 \quad 2,07 \end{aligned}$$

Jalur sebesar 0,78, dan nilai signifikansi dari persamaan tersebut, yaitu t hitung = 8,21 lebih besar t tabel = 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 dapat diterima dengan signifikan.

Pengaruh otonomi pendidikan, strategi kerjasama dan bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap kinerja program studi PTS

Pengaruh secara simultan penerapan kebijakan otonomi pendidikan, strategi kerjasama, dan strategi bauran pemasaran jasa terhadap kinerja program studi PTS, sesuai dengan yang dinyatakan dalam hipotesis 6, model struktural 3 adalah sebagai berikut:

KIN = 0,10*SA + 0,78*SBP + 0,11*OPT,		
Errorvar. = 0,20, R ² = 0,80		
(0,049)	(0,095)	(0,053)
2,14	8,21	2,07

Mengacu pada persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kinerja program studi PTS dipengaruhi secara simultan oleh variabel strategi kerjasama dengan koefisien jalur sebesar 0,10, dimana $t_{hitung} = 8,21$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$ oleh variabel strategi bauran pemasaran jasa dengan koefisien jalur sebesar 0,78 dimana $t_{hitung} = 8,21$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$ dan oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan dengan koefisien jalur sebesar 0,11 dimana

$t_{hitung} = 8,21$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$.

Persamaan di atas menunjukkan nilai $R^2 = 0,80$, yang berarti nilai ini menggambarkan bahwa kinerja program studi PTS dipengaruhi secara simultan oleh variabel penerapan kebijakan otonomi pendidikan, strategi kerjasama, dan strategi bauran pemasaran jasa sebesar 80%. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel kinerja program studi PTS sebagaimana ditunjukkan oleh error varian, sebesar 20%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kebijakan otonomi pendidikan akan berpengaruh positif cukup besar terhadap pelaksanaan strategi bauran pemasaran jasa oleh program studi Perguruan Tinggi Swasta, antara lain memperlancar upaya penciptaan program-program baru, upaya menyesuaikan biaya pendidikan yang terjangkau oleh masyarakat, dan upaya meningkatkan sarana dan prasarana kualitas staff dosen maupun staff administrasi.

2. Kebijakan otonomi pendidikan, maupun meningkatkan pelaksanaan strategi kerjasama program studi Perguruan Tinggi Swasta dan lebih memperlancar serta meningkatkan keberhasilannya dalam mencapai tujuan Perguruan Tinggi Swasta yang telah ditentukan.
3. Kebijakan otonomi pendidikan pada program studi Perguruan Tinggi Swasta kurang berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya.
4. Strategi bauran pemasaran berpengaruh terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah 1 telah menerapkan strategi bauran pemasaran jasa (meliputi: *product, price, place, people, proses, promotion, dan physic*) dengan baik, dan berpengaruh cukup dominan terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta.
5. Otonomi pendidikan, strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta. Hal ini bermakna, bahwa pengaruh kebijakan otonomi pendidikan, strategi kerjasama, dan strategi bauran pemasaran jasa secara simultan lebih tinggi daripada pengaruh secara parsial terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta.
6. Strategi bauran pemasaran jasa berpengaruh paling dominan terhadap kinerja program studi daripada strategi kerjasama maupun penerapan kebijakan otonomi pendidikan.
7. Terdapat korelasi antara strategi kerjasama dengan strategi bauran pemasaran, dengan koefisien korelasi sebesar 0,26. Hal ini bermakna, bahwa strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran jasa yang diimplementasikan pada program studi di Perguruan Tinggi Swasta saling berinteraksi. Antara lain dalam pelaksanaan kerjasama staff akademik/staff administrasi antar PT saling berinteraksi dengan bauran pemasaran jasa dalam upaya peningkatan kualitas SDM, kerjasama pemanfaatan saran dan pemanfaatan prasarana saling berinteraksi dengan upaya peningkatan proses pembelajaran, kerjasama dalam pengabdian kepada masyarakat saling berinteraksi dengan upaya promosi.

Saran

Dari hasil kesimpulan yang diperoleh serta mengacu pada tujuan penelitian ini, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta, seyogyanya pimpinan Perguruan Tinggi Swasta memahami strategi yang dilaksanakan, khususnya strategi kerjasama dibidang kegiatan Tridarma PT.
2. Kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta di lingkungan Kopertis Wilayah I perlu terus ditingkatkan secara berkesinambungan, mencakup efisiensi, efektifitas, produktivitas, akuntabilitas, kemampuan inovasi dan suasana akademik. Kesemuanya ini dapat ditempuh dengan melakukan evaluasi diri secara periodik atas hasil pencapaian serta sasaran yang telah ditetapkan.
3. Strategi bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta perlu dipertahankan implementasinya sehingga akan lebih meningkatkan kualitas lulusan yang akan dapat

memenuhi kebutuhan pasar tenaga kerja serta harapan pemerintah. Dan program studi Perguruan Tinggi Swasta dalam implementasikan strategi kerjasama kurang berpengaruh terhadap kinerja program studi Perguruan Tinggi Swasta. Maka disarankan pimpinan Perguruan Tinggi Swasta bersama-sama ketua program studi mencermati strategi kerjasama dan strategi bauran pemasaran jasa yang telah dilaksanakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun Rencana Induk Pengembangan PTS.

4. Pemerintah melalui Departemen Pendidikan dan Kebudayaan disarankan segera memperhatikan perkembangan jumlah PTS di Indonesia, khususnya yang berada di Kopertis Wilayah I, yang saat ini jumlahnya sekitar 254 PTS dengan program studi berjumlah sekitar 1.100. Disarankan Pemerintah menetapkan batas jumlah PTS yang dianggap layak, sehingga pertumbuhan PTS yang tidak wajar akan menurunkan kualitas lulusannya dapat dicegah sedini mungkin, agar Indonesia sanggup menghadapi tantangan dalam masalah SDM di era globalisasi.

5. Agar kinerja program studi PTS di Kopertis Wilayah I meningkat, diperlukan perhatian khusus dari Pemerintah Daerah Sumatra Utara, maupun Pemerintah Pusat melalui Depdiknas, untuk meningkatkan subsidi dana pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi bagi program studi institusi, mengingat sumber dana merupakan kendala yang paling dominan yang dihadapi oleh institusi.
6. Pemerintah melalui Depdiknas disarankan segera memperhatikan perkembangan jumlah PTS di Indonesia, khususnya yang berada di Kopertis Wilayah I, yang saat ini jumlahnya sekitar 254 PTS dengan program studi berjumlah sekitar 1100. Disarankan pemerintah menetapkan batas jumlah PTS yang dianggap layak, sehingga pertumbuhan PTS yang tidak wajar akan menurunkan kualitas lulusan dapat dicegah, agar Indonesia sanggup menghadapi tantangan masalah SDM.
7. Kebijakan otonomi pendidikan, diantaranya dihapuskan ujian Negara bagi mahasiswa PTS, dan kebebasan dan kebebasan menerbitkan ijazah bagi para lulusannya. Terjadinya penyimpangan yang tidak diinginkan, antara lain akan terjadi beredarnya ijazah palsu serta menurunnya kualitas lulusan PTS. Disarankan agar pemerintah memformulasikan pengawasan yang tepat sehingga tidak mengurangi makna kebebasan akademik yang telah diberikannya kepada PTS.
8. Bagi para peneliti berikutnya yang ingin mendalami topik yang sama, dapat menambah variabel lingkungan eksternal, antara lain keberlangsungan era globalisasi yang di prediksi dapat mempengaruhi intensitas strategi yang dilaksanakan maupun kinerja program studi institusi.
9. Bagi peneliti berikut yang berminat disarankan dapat menggunakan variabel yang sama namun dengan unit penelitian yang lebih luas, misalkan PTS se Indonesia.
10. Bagi yang berminat meneliti hal yang sejenis dapat menambahkan variabel strategi positioning dalam rangka persaingan antar institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad S. Ruky, 2002, System Managemen Kinerja, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Boseman and Phatak A, 1998, Strategic Management, Teks and Cases, John Wesley and Sons N. Y.

Bryson J. M. 2002 Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations, Gower Publishing, England.

Buchari Alma, 1998, Management Pemasaran dan Pemasaran Jasa, CV alfabeta, Bandung.

Burgelman, Robert A, Modesto A.M, Steven C.W 1996, Strategic Management Teknologi McGraw-Hill, N.Y

Cooper, Donal R, dan Emory C.William, 1999 Business Research Methods, Irwin, N.Y

Douglas, Susan P and Craig C. Samuel 1994, Global Marketing Strategy, McGraw-hill, Singapore.

Engkoswara 2000, Kecenderungan Kehidupan di Indonesia Menjelang Abad 21 dan Implikasinya Terhadap System Pendidikan, intemedia, Jakarta.

Fandy Tjiptono 2002, Strategi Pemasaran, Andi Yogyakarta.

Harjono Notodihardo, 1990, Pendidikan Tinggi dan Tenaga Kerja Tingkat Tinggi di Indonesia, penerbit UI, Jakarta.