

PENGARUH EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN DAN KINERJA DOSEN DALAM PENINGKATAN MUTU TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PERGURUAN TINGGI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Dwi Faqihatus Syarifah Has¹, Eka Srirahayu Ariestiningsih², Nur Cahyadi³

¹Prodi Gizi Universitas Muhammadiyah Gresik
Email : dwi.syarifah@umg.ac.id

²Prodi Gizi Universitas Muhammadiyah Gresik
Email : eka.ariesty@umg.ac.id

³Prodi Fisioterapi Universitas Muhammadiyah Gresik
Email : nurcahyadi@umg.ac.id

Masuk : 10-03-2020, revisi : 19-04-2020, diterima untuk diterbitkan : 21-04-2020

ABSTRAK

Pemimpin menjadi ujung tombak yang menentukan keberhasilan suatu organisasi. Begitu pula yang terjadi dalam pendidikan tinggi. PTS sebagai sarana meningkatkan kualitas sumber daya manusia dihadapkan kepada persaingan yang lebih ketat diantara PTS dan PTN. Hal tersebut menyebabkan PTS perlu mengadopsi strategi pemasaran yang digunakan dalam industri non pendidikan. Salah satu unsur dalam meningkatkan kualitas pendidikan, selain pimpinan adalah kinerja dosen, untuk dapat menjamin terjadinya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi maka tingkat keprofesionalan kinerja dosen harus ditingkatkan pula. Pengelola PTS harus mulai menjalankan kegiatan operasionalnya dengan berorientasi pada mutu kinerja PTS yang ditunjang dengan kepemimpinan yang efektif, dan kinerja dosen, sehingga mereka dapat memenangkan persaingan atau paling tidak bertahan dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara efektifitas kepemimpinan dan kinerja Dosen dalam peningkatan Mutu terhadap Strategi Pemasaran PT. Data terdiri dari data primer dan data sekunder. Penelitian dilakukan pada bulan Mei di Perguruan Tinggi X dengan sampel 22 responden. Analisis Data menggunakan Analisis Deskriptif dan Regresi Linier. Hasil penelitian menyebutkan Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen mempunyai pengaruh dengan tingkat Signifikansi 0,013 dan 0,043. Faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap Peningkatan Mutu PT adalah Efektifitas Pimpinan. Hasil penelitian ini sesuai dengan kondisi yang terjadi di Perguruan Tinggi X yang resmi diakuisisi oleh Universitas Y dan menjadi Fakultas Kesehatan Universitas Y.

Kata Kunci : Efektifitas Pimpinan, Kinerja Dosen, Peningkatan Mutu dan Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Private University as a means of improving the quality of human resources is faced with tighter competition between Private University and Public University. This causes Private University to adopt a marketing strategy used in non-education industries. One of the elements in improving the quality of education, in addition to the leadership is the performance of lecturers, to be able to guarantee the mastery of science and technology then the level of professional performance of lecturers should be improved as well. Private University Manager must start their operational activities with the quality which oriented performance of Private University which is supported by effective leadership, and the performance of lecturers, so that they can win the competition or at least survive in Against competition. This study aims to analyze the effect of leadership effectiveness and the performance of lecturers in improving the quality of the Marketing Strategy of University. Data consists of primary data and secondary data. The study was conducted in May at University X with a sample of 22 respondents. Data Analysis using Descriptive Analysis and Linear Regression. The results is Effectiveness of Leadership and Lecturer Performance has an influence with a significance level of 0.013 and 0.043. The most influential factor on University Quality Improvement is Leadership Effectiveness. The results of this study are in accordance with the conditions that occurred in the University X which was officially acquired by the University Y as the University Y at Health Faculty.

Keywords: *Effectiveness of leadership, performance lecturer, quality improvement and marketing strategy*

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu sarana untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar memiliki daya saing yang wajar sesuai dengan kemampuan akademik atau profesionalnya dalam menghadapi era perubahan. Pendidikan merupakan suatu proses transformasi nilai-nilai budaya sebagai kegiatan pewarisan budaya dari satu generasi ke generasi yang lain.

Saat ini pendidikan di Indonesia belum sepenuhnya menjadi tanggungan pemerintah, dimana seharusnya membiayai seluruh pelayanan publiknya dari hasil pajak dan usaha Negara sehingga subsidi pendidikan semakin menurun dan dilepas kearah system pelayanan berbasis pada prinsip kemandirian. Sementara untuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN) bisa membuka berbagai macam jalur untuk menerima mahasiswa, sehingga perguruan tinggi terutama yang dikelola oleh masyarakat (PTS) yang tidak mampu bersaing akan tutup dengan sendirinya karena tidak ada peminatnya. Bahkan beberapa PTN yang ternamapun tidak mau ketinggalan dengan yang membuka jalur khusus atau ekstensi, ikut pameran dan presentasi di sekolah terutama alumni asal sekolah yang bersangkutan. Berikut ini adalah tabel 1 yang menjelaskan tentang Jumlah PTN dan PTS yang ada di Indonesia.

Tabel 1. Jumlah PTN dan PTS
Sumber: Ditjen Kelembagaan Iptek Dikti

JENIS PTN/PTS	INDONESIA		JAWA TIMUR		GRESIK	
	PTN	PTS	PTN	PTS	PTN	PTS
Akademi	77	924	12	65	1	4
Politeknik	127	166	15	14		
Sekolah Tinggi	84	2462	8	283		13
Institut	63	162	6	44		2
Universitas	81	526	9	89		3
Akademi Komunitas	7	16	2	1		1
Jumlah	439	4256	52	496	1	23
	4695		548		24	

Fenomena yang dihadapi oleh PTS saat ini adalah penurunan peminat, sebagian besar masyarakat masih berorientasi pada PTN, dan sebagian lagi memilih melanjutkan pendidikan keluar negeri PT merupakan salah satu wadah yang memiliki tanggungjawab dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, namun bagaimana bisa menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing apabila PT tersebut tidak memiliki daya saing dibandingkan dengan PT lain. Kualitas dan relevansi lulusan PT masih menjadi faktor utama lemahnya daya saing bangsa di era perdagangan bebas.

Pemimpin menjadi ujung tombak yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, komando dari pemimpin lah yang akan menuntun arah dan tujuan organisasi. Begitu pula yang terjadi dalam pendidikan tinggi. Peran rektor atau direktur seakan menjadi kunci dalam keberhasilan suatu perguruan tinggi, sehingga apa yang dihasilkan, baik itu lulusan, riset, dan inovasi dapat memberikan nilai tambah bagi pembangunan nusa dan bangsa. Oleh sebab itu, wajib bagi pemimpin untuk mengetahui visi, misi, serta program-program yang akan dijalankan. Tak hanya itu, pemimpin juga patut memiliki kemampuan komunikasi yang mumpuni untuk menyampaikan ide-ide dan gagasannya, baik kepada seluruh sivitas akademika maupun di *stakeholder* di luar kampus (Ali Ghufron Mukti, 2019).

Salah satu unsur dalam meningkatkan kualitas pendidikan, selain pimpinan adalah kinerja dosen, untuk dapat menjamin terjadinya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi maka tingkat keprofesionalan kinerja dosen harus ditingkatkan pula. Dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (SN-Dikti, 2014)

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dapat bersaing pada era revolusi industri 4.0. Kemenristek dikti memiliki cara untuk meningkatkan daya saing yaitu dengan meningkatkan akses, relevansi dan mutu pendidikan tinggi untuk dapat menghasilkan SDM yang berkualitas dalam rangka meningkatkan '*national competitiveness*' atau daya saing bangsa. Dengan adanya revolusi industri 4.0 maka diharapkan sistem pendidikan tinggi di Indonesia juga bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman seperti adanya perkuliahan dengan sistem daring (dalam jaringan).

Dosen dalam era revolusi industry 4.0 diharapkan mampu beradaptasi dengan situasi dan kondisi seperti tersebut sehingga nantinya akan berdampak pada keberhasilan mahasiswa. Pendidikan yang diselenggarakan oleh PTN dan PTS akan sangat menentukan keberhasilan suatu bangsa untuk mencapai keunggulan bersaing secara terus menerus. Dalam hubungan ini, PTS sebagai sarana meningkatkan kualitas sumber daya manusia dihadapkan kepada mekanisme keterbukaan pasar, sehingga terjadi persaingan lebih ketat diantara PTS itu sendiri dan masih ditambah harus bersaing dengan PTN.

Hal-hal tersebut diatas menyebabkan PTS perlu mengadopsi strategi-strategi pemasaran yang digunakan dalam industry non pendidikan. Pengelola PTS harus mulai menjalankan kegiatan operasionalnya dengan berorientasi pada mutu kinerja PTS yang ditunjang dengan kepemimpinan yang efektif, dan kinerja dosen., sehingga mereka dapat memenangkan persaingan atau paling tidak bertahan dalam menghadapi persaingan.

Bagi PTS yang menyadari bahwa kompetisi antar Perguruan Tinggi perlu dikelola secara baik dan profesional seperti perusahaan yang berorientasi laba, mereka biasanya tidak mengalami kesulitan, mereka melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh unit tersendiri. Selanjutnya, bagi PTS yang belum menyadari bahwa persaingan merekrut calon mahasiswa baru semakin sulit, mereka melakukan dengan dukungan sumber daya yang sangat terbatas, masih beranggapan pemasaran hanya sekedar promosi (komunikasi pemasaran) saja. (Setyawan, 2015)

Bauran pemasaran yang digunakan dalam analisis adalah konsep 7P tentang pemasaran layanan yang umumnya digunakan dalam industri jasa. Konsep bauran pemasaran 7P yang terdiri dari 4P tradisional yaitu Produk/Jasa PTS (Product), Harga (Price), Lokasi PTS (Place), Promosi Jasa PTS (Promotion), ditambah dengan 3P yaitu Sumber Daya Manusia (People), Sarana dan Prasarana (Phycical Evidence) dan Proses Manajemen (Pocess).

Dengan menggunakan ketujuh elemen di dalam bauran pemasaran tersebut diharapkan peneliti dapat mengetahui pengaruh Kepemimpinan Efektif (Process), Kinerja Dosen (people), Tempat dan Sarana yang Strategis dan Efektif, Peningkatan Mutu Pendidikan (Promotion) bisa digunakan sebagai wahana strategi pemasaran di Era Revolusi Industri 4.0.

Berdasarkan pemikiran yang telah disampaikan tersebut diatas, maka penelitian ini akan melakukan kajian tentang Pengaruh Efektifitas Kepemimpinan, Kinerja Dosen dan peningkatan mutu terhadap Strategi Pemasaran di Era Revolusi Industri 4.0 di lingkungan Universitas X.

2. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini adalah survei (*survey eksplanory*, yaitu penelitian dari satu populasi dengan data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur (desk study), internet, buku panduan dan data dari institusi sebagai dasar untuk menganalisis. Lokasi penelitian dilakukan di Perguruan Tinggi X. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa PT X yang tersebar dalam 4 Program Studi. Penetapan besarnya sampel penelitian pada proporsional random sampling dengan menggunakan kriteria dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 22 responden. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut dengan asumsi bahwa faktor dominan yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah: efektivitas kepemimpinan dan Kinerja Dosen dalam peningkatan Mutu Pendidikan.

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan analitik.

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Metode analisis data yang digunakan untuk memperoleh nilai pelaksanaan faktor-faktor efektivitas kepemimpinan dan kinerja Dosen adalah *Mean*.

b. Analisis Regresi Linier

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier, untuk mengetahui hubungan antara masing masing variabel terikat, maka peneliti melakukan 3 tahapan dalam analisa, yakni:

- a) Menganalisis faktor efektivitas kepemimpinan dengan Kinerja Dosen.
- b) Menganalisis hubungan efektivitas kepemimpinan dan kinerja dosen dengan peningkatan mutu.
- c) Menganalisis pengaruh faktor-faktor efektivitas kepemimpinan dan Kinerja Dosen Peningkatan Mutu di Perguruan Tinggi X terhadap strategi pemasaran di era Revolusi Industri 4.0.

Pengolahan dan penganalisan data dilakukan dengan bantuan komputer program *Minitab versi 14*, *Statistical Program for Social Sciense (SPSS) versi 13.0* dan *Microsoft Excel for Widows 2003*. Penggunaan program komputer ini bertujuan untuk menjamin ketepatan dan keakuratan analisis, serta mempercepat proses perhitungan. Kemudian data disajikan dalam bentuk tabel dan diinterpretasikan secara deskriptif. Alat analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan dan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah: Regresi linear adalah sebuah pendekatan untuk memodelkan hubungan antara variable terikat Y dan satu atau lebih variable bebas yang disebut X. Salah satu kegunaan dari regresi linear adalah untuk melakukan prediksi berdasarkan data-data yang telah dimiliki sebelumnya. Hubungan di antara variable-variabel tersebut disebut sebagai model regresi linear. Berdasarkan penggunaan variable bebas, maka regresi linear dapat dibagi menjadi dua, yaitu regresi linear univariate dan regresi linear multivariate.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan yang ada pada kuesioner dan pada setiap responden (objek) yang dipakai dalam penelitian. dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Pearson). Hasil yang didapat dari olahan data dengan dilihat nilai *p-value*-nya yang terletak dibawah nilai korelasi. Pernyataan dan responden dinyatakan valid apabila *p-value* < *level of significant* (α) 10%.

Tahap awal untuk melakukan uji validitas pernyataan dalam kuesioner yang dipakai dalam penelitian yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 22 orang responden. Setelah dilakukan uji validitas, didapat hasil 11 pernyataan yang valid. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang ada pada kuesioner telah memenuhi syarat sah sehingga dapat diolah lebih lanjut. Uji validitas juga dilakukan pada responden yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan agar didapat responden yang valid sehingga dapat digunakan ke tahap selanjutnya dalam penelitian.

a. Hasil Uji Reliabilitas Sampel

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan komputer program SPSS *versi* 13.0. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil perhitungan uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,931 untuk semua pernyataan yang ada dalam kuesioner. Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari hasil pengujian menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang disebarkan dapat diandalkan untuk menjadi alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	11

Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Dosen dan Mutu PT juga dinyatakan valid dan Reliabel yakni: Kinerja Dosen Reliabilitas: 0,791 dan Mutu Perguruan tinggi Reliabilitas: 0,763. Sehingga dapat digunakan lebih lanjut penelitian.

b. Pengaruh Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja dosen terhadap Peningkatan Mutu PT

Output Regresi antara efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen terhadap Peningkatan Mutu PT menunjukan adanya signifikasi atau pengaruh. Berikut adalah Tabel 3:

Tabel 3: Tabel Hasil Output Pengaruh efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen terhadap Peningkatan Mutu PT

Model	Coefficients^a				
	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
B	Std. Error	Beta			
1	(.Constant)	-.812	.249	-3.266	.004
	Efektivitas	.284	.104	.490	2.723
	Kepemimpinan	.194	.089	.389	2.164
	Kinerja Dosen	.194	.089	.389	2.164

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi karena nilai sig < 0,05, dengan tingkat Signifikansi 0,013 dan 0,043. Diantara Efektifitas kepemimpinan dan Kinerja Dosen faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap Peningkatan Mutu PT adalah Efektifitas Pimpinan, dibuktikan dengan nilai Beta Efektifitas pimpinan: 0,490 dan Kinerja Dosen: 0,389.

c. Pengaruh Peningkatan Mutu terhadap Strategi Pemasaran PT

Output Regresi antara Peningkatan Mutu PT sebagai Strategi Pemasaran di era Revolusi Industri 4.0 menunjukkan adanya signifikansi atau pengaruh. Berikut adalah tabel 4:

Tabel 4: Tabel Hasil Output Pengaruh efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen terhadap Peningkatan Mutu PT

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.065	.161		12.818	.000
1 Peningkatan Mutu	1.378	.229	.803	6.018	.000

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi mempunyai pengaruh yang besar terhadap strategi pemasaran PT di Era Revolusi Industri 4.0 karena nilai sig < 0,05, dengan tingkat Signifikansi 0,000. Besar pengaruhnya dibuktikan dengan nilai Beta adalah 0,803 yang hampir mendekati nilai 1.

Pembahasan

a. Pengaruh Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja dosen dalam Peningkatan Mutu PT

Berdasarkan hasil penelitian diatas disebutkan bahwa Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi. Hasil penelitian diatas sejalan dengan Penelitian Muchtar dkk (2016), mengungkapkan bahwa pimpinan transformatif memberi pengaruh signifikan terhadap efektifitas pimpinan. Hal ini dikarenakan pimpinan yang transformatif memiliki kemampuan dalam mendorong semua unit bersedia tanpa paksaan berpartisipasi secara optimal dalam mencapai tujuan lembaga. Pimpinan juga mampu memberdayakan anggotanya, menciptakan perubahan, menggagas visi meraih sukses organisasi yang menunjukkan bahwa pimpinan tersebut memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, karena pimpinan transformatif memiliki ciri kharismatik, memiliki inspirasi dan rangsangan intelektual sebagai agen pembaharu, memiliki sifat pemberani, mempercayai orang lain, bertindak atas sistem nilai, meningkatkan secara terus menerus, mampu menghadapi sitausi yang sulit, memiliki visi kedepan membimbing perilaku anggota, fleksibel dan terbuka, dan menganalisis secara hati-hati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Bernard M. Bass dan Ronald E. Riggio yang mengemukakan bahwa pimpinan transformatif adalah pimpinan yang kharismatik, memiliki peran yang sentral dan strategis, memiliki kemampuan menyamakan visi dan misi masa depan anggota, menjadi motivator untuk melakukan tanggungjawab yang lebih dari anggota harapkan, dan pimpinan yang demikian merupakan pimpinan dengan tingkat efektifitas yang tinggi. Selain itu, terdapat beberapa hasil penelitian yang relevan, misalnya; Bass, B. M., & Avolio, B. J, *James Edward Talber*, Amir Sadeghi and Zaidatol Akmaliah Lope Pihie.

Hasil penelitian sejalan dengan teori yang mengemukakan bahwa pimpinan transformatif adalah pimpinan yang kharismatik, memiliki peran yang sentral dan strategis, memiliki kemampuan menyamakan visi dan misi masa depan anggota, menjadi motivator untuk melakukan tanggungjawab yang lebih dari anggota harapkan, dan pimpinan yang demikian merupakan pimpinan dengan tingkat efektivitas yang tinggi.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kepemimpinan transformatif dan komitmen organisasi secara simultan terhadap efektivitas pimpinan di PTN provinsi Jambi. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R 0,396 mampu memberi kontribusi sebesar 39%. Sementara ini sejumlah 61% ditentukan oleh variable lainnya.

Kepemimpinan transformatif dan komitmen organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas pimpinan, dimana bahwa kepemimpinan transformatif pimpinan dalam memimpin PT mampu menyebabkan terjadinya peningkatan efektivitas pimpinan. Sehingga jika pimpinan ingin meraih pencapaian yang tinggi dalam memimpin, maka ia haruslah mejadi pimpinan yang transformatif dan memiliki komitmen organisasi yang tinggi.

Selain peneltian diatas, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sumarno, 2009 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh bersama-sama secara positif dan signifikan kepemimpinan kepala sekolah dan profesionalisme guru terhadap kinerja guru SD Negeri Kecamatan Paguyangan dengan koefisien determinasi sebesar 43,8%.

b. Pengaruh Peningkatan Mutu PT terhadap Strategi Pemasaran PT

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi mempunyai pengaruh yang besar terhadap strategi pemasaran PT di Era Revolusi Industri 4.0. Menurut Maryadi 2017, dalam jurnal Karimah vol 2 2017 menyebutkan bahwa, Organisasi pendidikan hendaknya memiliki system pengelolaan manajemen yang dapat memaksimalkan atribut-atribut yang dianggap pasar sebagai atribut yang penting dalam sebuah institusi pendidikan. Sehingga konsep pemasaran pendidikan yang berwawasan jasa/produk pelayanan akan berkembang menjadi konsep pemasaran pendidikan yang berorientasi pasar bahkan berwawasan masyarakat (*society*).

Hasil penelitian sejalan dengan Penelitian Afidatun Khasanah, dalam jurnal eL Tarbawi, Vol VIII No 2 Tahun 2015 yang menyebutkan bahwa Dalam pemasaran, faktor Mutu Perguruan Tinggi kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat menjadi sinyal positif dalam peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan. Salah satu manfaat dalam pemasaran jasa pendidikan adalah terciptanya lingkungan belajar yang baik bagi seluruh siswa (David Wijaya, 2012: 3) Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan yakni respons konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya tentang penggunaan barang atau jasa yang mereka pakai.

c. Pengaruh Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen dalam Peningkatan Mutu PT terhadap Strategi Pemasaran PT

Mutu Perguruan Tinggi yang kurang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Menurut Purwandani D, dalam jurnal ADPEND 2017 menyebutkan bahwa Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya” “Persepsi mahasiswa terhadap lembaga pendidikan yang dapat menimbulkan kepuasan mahasiswa terdiri atas delapan aspek yaitu kinerja dosen, kinerja universitas, aktifitas mahasiswa, kedisiplinan mahasiswa, peluang membuat keputusan, bangunan universitas, komunikasi dan teman sekitar”. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja Dosen sesuai harapan, pelanggan akan puas.

Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan akan dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi saingannya. Sehingga dapat mempengaruhi Strategi Pemasaran PT.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

- a. Efektifitas Kepemimpinan mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi
- b. Kinerja Dosen mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi
- c. Efektifitas Kepemimpinan dan Kinerja Dosen mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi
- d. Efektifitas kepemimpinan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap Peningkatan Mutu PT
- e. Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi mempunyai pengaruh yang besar terhadap strategi pemasaran PT di Era Revolusi Industri 4.0

2) Saran

Pendirian PT di Indonesia harus berdasarkan *Visibility Studi*, sehingga diketahui apakah pendirian Institusi layak atau tidak, bila dipaksakan harus berdiri dengan sebuah bargaining maka akibatnya akan fatal. Mengelola PT harus sesuai dengan peraturan yang ditetapkan dan dikelola secara serius. Kepemimpinan Transformasional dan Kinerja Dosen yang bermutu di sebuah PT merupakan sesuatu yang mutlak yang harus di implementasikan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada Era Revolusi industri 4.0.

REFERENSI

- Afidatun Khasanah, 2015, *pemasaran jasa pendidikan Sebagai strategi Peningkatan mutu Di sd alam baturraden*, Jurnal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol VIII No 2
- Aris Junaidi. 2017. Direktorat Penjaminan Mutu, Siaran Pers: 39/SP/HM/BKPP/IV/2017.
- Alma, Buchari. 2005 *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Bandung : Alfabeta
- Alma, Buchori. 2009, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta Bandung
- Bass, B.M& Riggio, R.E, 20016, ” *Transformational Leadership* (2n,2d) Gufron, Ali Mukti,
- Yukl, Gary. 2010. *Kepemimpinan dalam Organisasi*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management International Edition*, New Jersey: Prentice Hall Inc
- Maryadi, Jurnal karimah vol 2 April-Juni no 2 2017, *Manajemen pemasaran perguruan tinggi sebagai salah satu Kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan*.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2015. *The Handbook of Education Management*. Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Naskah Akademik Akreditasi Program Studi , 2010, BAN PT. Jakarta
- Robbins dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi, Edisi Duabelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarno. 2009. *Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Profesionalisme Guru Terhadap Kinerja Guru Sekolah Dasar Negeri Di Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes*. Tesis. Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Taty Rosmiati dan Dedy Achmad Kurniady . 2009. *Manajemen Pendidikan*, Bandung : Alfabeta
- Tim Penyusun Buku Pedoman BKD UPI Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Sistem Pendidikan Nasional No 20. Tahun 2003. Jakarta: CV Eko Jaya
- https://www.kompasiana.com/jef_rudianto_saragih/5529f68f6ea834451f552d28/dosen-profesional <https://saripedia.wordpress.com/tag/mutu-lulusan-perguruan-tinggi/>