

Nama : Wina Nadia Maratama

NPM : 2313031070

Kelas : C

Mata Kuliah : Metodologi Penelitian Pendidikan Ekonomi

Sebuah universitas mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru dalam tiga tahun terakhir, meskipun telah melakukan promosi besar-besaran melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah-sekolah menengah atas. Rektor meminta tim peneliti internal universitas untuk menyelidiki penyebab penurunan tersebut dan memberikan rekomendasi strategis ke depan.

Pertanyaan untuk Mahasiswa:

1. Identifikasi masalah penelitian yang relevan dari kasus di atas.
2. Jelaskan minimal dua variabel yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Sebutkan jenis variabelnya (independen, dependen, atau lainnya).
3. Tentukan paradigma penelitian yang paling tepat untuk mengkaji kasus tersebut (positivisme, interpretif, atau kritis). Jelaskan alasan pemilihan paradigma tersebut.
4. Buat satu rumusan masalah dan satu pertanyaan penelitian berdasarkan kasus di atas.

Jawaban

1. Masalah utama yang terjadi adalah turunnya jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir, padahal universitas sudah gencar melakukan promosi lewat media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah-sekolah. Kondisi ini menunjukkan kalau promosi yang dilakukan belum berjalan efektif. Jadi, fokus masalahnya adalah mencari tahu kenapa promosi yang besar-besaran belum mampu menarik banyak mahasiswa baru.
2. Penelitian ini bisa melihat dua hal utama. Pertama, efektivitas promosi sebagai variabel bebas (independen), yaitu seberapa baik kegiatan promosi dilakukan dan apakah pesan promosi itu sampai ke target sasaran. Kedua, minat mahasiswa untuk mendaftar sebagai variabel terikat (dependen), yaitu hasil dari promosi tersebut apakah calon mahasiswa jadi tertarik untuk kuliah di universitas itu atau tidak. Selain itu, bisa juga ditambahkan variabel lain seperti citra kampus atau kepercayaan terhadap kualitas pendidikan, karena hal itu mungkin ikut memengaruhi keputusan calon mahasiswa.
3. Paradigma yang paling pas digunakan adalah positivisme, karena penelitian ini ingin mencari tahu hubungan sebab-akibat secara objektif, misalnya apakah promosi benar-benar berpengaruh terhadap minat calon mahasiswa. Pendekatan ini cocok kalau peneliti ingin menggunakan data yang bisa dihitung, seperti hasil survei atau statistik, sehingga kesimpulannya bisa diuji secara ilmiah.
4. Rumusan masalah dan pertanyaan penelitian
 - Rumusan masalah: Mengapa jumlah mahasiswa baru menurun walau promosi sudah dilakukan dengan berbagai cara?
 - Pertanyaan penelitian: Seberapa besar pengaruh efektivitas promosi terhadap minat calon mahasiswa untuk mendaftar ke universitas?

Penelitian ini nantinya bisa membantu universitas mengetahui apakah strategi promosinya sudah tepat atau perlu diperbaiki, serta faktor apa yang sebenarnya paling berpengaruh terhadap keputusan calon mahasiswa memilih kampus tersebut.