

Nama : Virginia Shaulan Zailani

NPM : 2413031069

Kelas : B

Analisis Studi Kasus Penurunan Jumlah Mahasiswa Baru

1. Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah penelitian yang dapat diidentifikasi dari kasus tersebut adalah terjadinya penurunan jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir meskipun universitas telah melakukan berbagai strategi promosi, seperti promosi melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah menengah atas.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya promosi yang telah dilakukan dengan hasil yang diperoleh. Oleh karena itu, penelitian perlu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya minat calon mahasiswa terhadap universitas. Faktor yang dapat diteliti antara lain efektivitas promosi, citra atau reputasi universitas, kualitas layanan pendidikan, biaya kuliah, fasilitas, serta preferensi calon mahasiswa.

2. Variabel yang Dapat Dikaji

Beberapa variabel yang dapat dikaji dalam penelitian ini antara lain:

Efektivitas promosi universitas (X) sebagai variabel independen. Variabel ini dapat digunakan untuk melihat sejauh mana promosi melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah mampu menarik minat calon mahasiswa.

Minat calon mahasiswa untuk memilih universitas (Y) sebagai variabel dependen. Variabel ini menunjukkan tingkat ketertarikan atau keinginan calon mahasiswa untuk mendaftar dan memilih universitas tersebut.

Selain kedua variabel tersebut, penelitian juga dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti citra universitas, biaya pendidikan, kualitas layanan, dan fasilitas kampus sebagai variabel independen tambahan. Variabel-variabel tersebut dapat membantu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai penyebab penurunan jumlah mahasiswa baru.

3. Paradigma Penelitian yang Tepat

Paradigma penelitian yang paling tepat untuk mengkaji kasus tersebut adalah paradigma positivisme. Paradigma ini sesuai karena penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara faktor-faktor tertentu dengan penurunan minat calon mahasiswa berdasarkan data yang dapat diukur.

Peneliti dapat mengumpulkan data melalui kuesioner kepada calon mahasiswa atau mahasiswa baru, kemudian mengolahnya secara kuantitatif untuk mengetahui apakah efektivitas promosi, citra universitas, biaya pendidikan, atau faktor lainnya berhubungan dengan minat memilih universitas. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi promosi dan penerimaan mahasiswa baru yang lebih tepat.

4. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah:

“Apakah efektivitas promosi universitas berpengaruh terhadap minat calon mahasiswa dalam memilih universitas?”

Pertanyaan penelitian:

“Sejauh mana efektivitas promosi yang dilakukan universitas melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah memengaruhi minat calon mahasiswa untuk memilih universitas tersebut?”

Kesimpulan

Berdasarkan kasus tersebut, permasalahan utama penelitian adalah penurunan jumlah mahasiswa baru meskipun universitas telah melakukan berbagai kegiatan promosi. Penelitian dapat mengkaji efektivitas promosi sebagai variabel independen dan minat calon mahasiswa sebagai variabel dependen. Paradigma positivisme dipilih karena penelitian dapat menggunakan data kuantitatif untuk mengukur hubungan antara variabel dan menghasilkan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis oleh universitas.