

MANAJEMEN DAN PELUANG PENGADAAN PROGRAM BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING (BIPA) DI PERGURUAN TINGGI ISLAM: TANTANGAN DAN STRATEGI

Asri Nuranisa Dewi

Universitas Islam Bandung

asrinuranisadewi@unisba.ac.id

Abstrak

Pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi merupakan bagian integral dari upaya globalisasi dan interaksi budaya. Studi ini menyelidiki manajemen bisnis Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi Islam. Permasalahan utama yang diangkat adalah efektivitas manajemen bisnis BIPA dalam menarik mahasiswa internasional dan menghadapi tantangan dalam mengelola program ini, khususnya di perguruan tinggi Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi manajemen yang diterapkan, mengidentifikasi temuan dan implikasi dari pengelolaan bisnis BIPA di perguruan tinggi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi pustaka sebagai desain penelitian. Pendekatan ini memanfaatkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber referensi tertulis seperti buku, artikel jurnal ilmiah, tesis, disertasi, dan publikasi lainnya. Pendekatan ini melibatkan analisis mendalam dan sintesis terhadap pengetahuan yang ada dalam literatur terkait topik penelitian. Selain itu, juga dilakukan analisis dokumen terkait strategi pemasaran, rencana bisnis, dan evaluasi kinerja program BIPA. Studi ini memberikan implikasi bagi pengembangan program BIPA di masa mendatang. Penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif perlu dipertahankan dan ditingkatkan untuk tetap bersaing dalam merekrut mahasiswa internasional. Selain itu, penting untuk mengatasi tantangan dalam anggaran dan rekrutmen tenaga pengajar melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan dan lembaga budaya lokal. Evaluasi kinerja program secara teratur dan pengukuran dampak program juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi area perbaikan dan kesempatan pertumbuhan program BIPA di perguruan tinggi Islam.

Kata Kunci: Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing, manajemen BIPA, Manajemen Bisnis BIPA, Program BIPA di Perguruan Tinggi

Abstract

Teaching Indonesian as a Foreign Language (BIPA) at universities is an integral part of globalization and cultural interaction efforts. This study investigates the business management of Indonesian as a Foreign Language (BIPA) in Islamic universities. The main issue addressed is the effectiveness of BIPA business management in attracting international students and dealing with the challenges of running this program, particularly in Islamic universities. The purpose of this research is to evaluate the management strategies applied, identify findings and implications of BIPA business management in Islamic universities. This research uses a qualitative approach with a literature review approach as the research design. This approach utilizes information obtained from various written reference sources such as books, academic journal articles, theses, dissertations, and other publications. This approach involves in-depth analysis and synthesis of existing knowledge in the literature related to the research topic. In addition, document analysis related to marketing strategies, business plans, and BIPA program performance evaluation is also conducted. This study provides implications for the development of BIPA programs in the future. The use of effective digital marketing strategies needs to be

maintained and improved to remain competitive in recruiting international students. Additionally, it is important to address budget and teacher recruitment challenges through collaboration with local educational and cultural institutions. Regular program performance evaluation and impact measurement should also be carried out to identify areas for improvement and growth opportunities for BIPA programs in Islamic universities.

Keywords: *Indonesian Language for Speakers of Other Languages, BIPA Management, BIPA Business Management, BIPA Program in Higher Education*

PENDAHULUAN

Pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi telah menjadi komponen penting dalam upaya globalisasi dan interaksi budaya. Seiring dengan meningkatnya mobilitas internasional dan minat untuk memahami budaya Indonesia, permintaan terhadap program BIPA di perguruan tinggi semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Tamara, Rizka, & Denty, 2021) yang menyatakan bahwa program BIPA sudah terintegrasi baik di dalam ataupun di luar negeri, bahkan BIPA mengalami perkembangan yang cukup besar, dengan lahirnya pemetaan baru, dan juga permintaan pengajar untuk di beberapa negara. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Suryaman dalam (Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017) yang menyatakan bahwa Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) harus dikelola lebih profesional. Seluruh pengalaman dalam mengelola program BIPA harus dapat dijadikan pertimbangan untuk terus memperbaiki tata kelola program BIPA. Perbaikan tersebut dapat meliputi pengelolaan proses pembelajaran, kurikulum pembelajaran, bahan ajar, perangkat evaluasi, dan sebagainya (Suryaman dalam Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

Pengelolaan bisnis BIPA di perguruan tinggi Islam adalah kunci dalam menarik mahasiswa internasional dan menjaga kualitas program. Karena mayoritas penduduk Indonesia memeluk Islam, lingkungan perguruan tinggi Islam menjadi tempat ideal untuk mempelajari bahasa dan budaya Indonesia dengan konteks keagamaan. Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) seperti UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, dan IAIN Surakarta menonjolkan nilai keislaman melalui program BIPA dengan kegiatan di luar kelas yang menekankan pada pengetahuan sosial, budaya Indonesia, dan wawasan keislaman bagi mahasiswa asing (Ulfiana, 2017). Nilai

keislaman yang ditonjolkan dalam program tersebut tepat pada kegiatan belajar mengajar di luar kelas (*city tour and Islamic tour*). Mahasiswa asing akan memperoleh pengetahuan sosial, budaya Indonesia dan wawasan keislaman. Integrasi ajaran Islam dalam pengajaran Bahasa Indonesia di perguruan tinggi Islam memberikan perspektif unik bagi mahasiswa asing untuk memahami budaya Indonesia secara lebih dalam. Namun, tantangan seperti persaingan global, keterbatasan anggaran, rekrutmen tenaga pengajar berkualitas, dan keberlanjutan program BIPA harus diatasi. Studi mendalam tentang manajemen bisnis BIPA di perguruan tinggi menjadi penting untuk mengidentifikasi strategi efektif dalam menghadapi tantangan ini, termasuk persyaratan terkait sumber daya tenaga pengajar, kurikulum, materi ajar, promosi, perizinan, dan tata kelola kelembagaan (Istanti & Nugroho, 2018).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas strategi manajemen yang diterapkan dalam program BIPA di perguruan tinggi. Hal ini bertujuan untuk memahami sejauh mana strategi yang ada telah berhasil menarik mahasiswa internasional dan menjaga kualitas program. Selain itu, penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi tantangan dan permasalahan dalam mengelola bisnis BIPA di perguruan tinggi tersebut. Hal ini akan mengeluarkan luaran berupa rekomendasi dan implikasi praktis bagi perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya dalam meningkatkan manajemen bisnis BIPA mereka. Hasil penelitian ini akan menyediakan panduan bagi institusi untuk meningkatkan daya tarik program, mengatasi tantangan, dan mencapai keberhasilan dalam mengelola program BIPA.

Manajemen bisnis BIPA di perguruan tinggi melibatkan berbagai aspek, termasuk strategi pemasaran, manajemen keuangan, pengelolaan kurikulum, rekrutmen tenaga pengajar berkualitas, dan evaluasi kinerja program. Berdasarkan fakta tersebut, pengajaran BIPA masih memiliki banyak potensi untuk

dikembangkan. Salah satu upaya pengembangan pengajaran BIPA yaitu membuka kursus-kursus Bahasa Indonesia bagi pemelajar BIPA, sekaligus pelatihan dan ujian keterampilan bahasa Indonesia (UKBIPA) bagi pemelajar yang membutuhkan sertifikat keterampilan berbahasa Indonesia (Istanti & Nugroho, 2018). Para ahli di bidang ini berperan dalam mengembangkan praktik terbaik dalam manajemen bisnis BIPA. Mereka fokus pada strategi pemasaran efektif untuk menarik mahasiswa internasional, pengelolaan keuangan yang efisien, rekrutmen tenaga pengajar berkualitas, serta evaluasi kinerja program secara berkala. Semua ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan perbaikan program BIPA. Seperti yang dilakukan oleh Universitas Negeri Semarang (UNNES) yang menyelenggarakan Program Darmasiswa. Program Darmasiswa, yaitu program bagi beasiswa bagi mahasiswa asing untuk belajar bahasa dan budaya Indonesia (Istanti & Nugroho, 2018). Sebagai salah satu perguruan tinggi penyelenggara program BIPA, UNNES mendapatkan amanah dari Dinas Tenaga Kerja Provinsi Jawa Tengah untuk menjadi lembaga yang berwenang dalam menerbitkan sertifikat keterampilan berbahasa Indonesia bagi tenaga kerja asing. Sampai saat ini, program BIPA telah dijalankan dan ditingkatkan selama hampir 18 tahun di UNNES. Namun, pengaturan manajemen dan pengelolaan lembaga masih membutuhkan penyempurnaan terus-menerus (Istanti & Nugroho, 2018).

Dalam melihat fenomena tersebut, efektivitas strategi pemasaran menjadi kunci dalam menarik mahasiswa internasional untuk mengikuti program BIPA. Marketing Mix Theory merupakan salah satu teori yang diperkenalkan oleh (McCarthy, 1960) yang membahas empat elemen pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi). Dalam konteks BIPA, elemen-elemen 4P (Product, Price, Place, Promotion) perlu diadaptasi dengan baik. Elemen utama dalam pemasaran program BIPA adalah produk, harga, tempat, dan promosi. Produknya tidak hanya berkaitan dengan pengajaran bahasa, tetapi juga pengalaman belajar yang komprehensif, termasuk pengajaran berkualitas, materi ajar yang menarik, kemajuan terukur, dan integrasi budaya dalam kurikulum. Harga mencakup biaya kuliah, sertifikasi, dan aspek finansial lainnya, yang perlu dipertimbangkan dengan nilai yang diberikan kepada mahasiswa. Tempat pembelajaran bisa di

kampus atau secara daring, dengan pertimbangan aksesibilitas, kenyamanan, dan efektivitas pengajaran. Promosi melibatkan pemasaran digital, kampanye promosi khusus, dan kemitraan dengan lembaga terkait, semuanya disesuaikan dengan target audiens. Integrasi yang baik dari keempat elemen ini akan memperkuat daya saing program BIPA di tingkat internasional, dengan evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan berdasarkan umpan balik mahasiswa dan tren pendidikan global.

Selain itu, teori segmentasi, targeting, dan positioning (STP Theory) juga penting dalam memahami efektivitas strategi pemasaran. Menurut (Kotler & Armstrong, Principles of marketing, 2016), strategi pemasaran yang efektif melibatkan segmentasi pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen (*segmentation*), memilih segmen yang akan dijadikan target (*targeting*), dan memposisikan produk atau layanan secara unik untuk memenuhi kebutuhan segmen tersebut (*positioning*). Strategi efektif dalam pemasaran BIPA di perguruan tinggi Islam memerlukan pemahaman segmentasi, penargetan, dan penempatan produk yang mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan. Segmentasi yang tepat, pemilihan segmen sesuai dengan nilai Islam, serta penempatan program sebagai solusi unik berdasarkan nilai keagamaan penting untuk menarik perhatian mahasiswa internasional. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kesadaran dan memengaruhi mereka untuk memilih program BIPA ini.

Selain strategi pemasaran, manajemen keuangan dan anggaran menjadi faktor krusial untuk mengembangkan program BIPA. Manajemen keuangan yang efisien adalah faktor krusial dalam pengembangan program BIPA di perguruan tinggi Islam. Manajemen keuangan adalah suatu bidang yang berkaitan dengan cara perusahaan memutuskan pendanaan (*financing*), investasi (*investment*), dan kebijakan dividen (*dividend policy*) yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan (Ross, Jordan, & Westerfield, 2019). Ini melibatkan pengelolaan sumber daya keuangan dengan bijak, termasuk pemilihan pendanaan yang tepat (internal, pemerintah, atau asing), struktur modal yang efisien, dan alokasi investasi yang cerdas. Penting juga menerapkan prinsip kebijakan dividen dan pembiayaan yang sesuai untuk memastikan keberlanjutan program. Dengan prinsip-prinsip manajemen keuangan ini, perguruan tinggi dapat mengelola keuangan

dengan efisiensi, mengalokasikan dana dengan bijak, dan mencapai tujuan program BIPA secara efektif.

Lalu, evaluasi kinerja program juga perlu diterapkan untuk meningkatkan kualitas pengadaan program. Evaluasi kinerja program secara teratur menjadi perhatian dalam penelitian (Johnson, 2018). Evaluasi kinerja program adalah proses sistematis untuk menilai efektivitas, efisiensi, dan dampak suatu program (Stufflebeam, Madaus, & Kellaghan, 2000). Evaluasi kinerja program BIPA di perguruan tinggi Islam penting untuk identifikasi kekuatan dan kelemahan. Ini melibatkan evaluasi teratur yang memperhatikan efektivitas, efisiensi, dan dampak program. Dengan pendekatan Stufflebeam, evaluasi formatif digunakan untuk perbaikan selama implementasi, sedangkan evaluasi sumatif mengevaluasi pencapaian tujuan program untuk perbaikan di masa depan. Hal ini memastikan program memberikan manfaat optimal bagi mahasiswa dan stakeholders terkait.

Kemudian, rekrutmen tenaga kerja berkualitas bisa menjadi inti dalam pelaksanaan program. Rekrutmen tenaga kerja berkualitas dalam konteks pengadaan Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi Islam sangat penting untuk memastikan bahwa pengajar memiliki kompetensi yang diperlukan untuk memberikan pengajaran yang efektif dan berkualitas. Ada suatu teori yang bernama Human Resource Selection Theory yang diungkapkan oleh (Gatewood, Feild, & Barrick, 2010) yang membahas tentang proses seleksi dan rekrutmen sumber daya manusia yang tepat. Fokusnya adalah pada identifikasi calon yang memiliki kualifikasi, keterampilan, dan komitmen yang sesuai dengan kebutuhan organisasi atau program, seperti kemampuan untuk mengajar Bahasa Indonesia dengan baik dan memahami kebutuhan mahasiswa penutur asing. Selain itu, ada teori yang diutarakan oleh (Noe, Hollenbeck, Gerhart, & Wright, 2017) yang mempertimbangkan perencanaan jangka panjang dan jangka pendek terkait kebutuhan tenaga kerja di organisasi. Dalam konteks BIPA, perencanaan ini mencakup identifikasi kebutuhan pengajar yang mencakup pengetahuan tentang bahasa dan budaya Indonesia, metodologi pengajaran, dan pendekatan yang memadai untuk mendukung pembelajaran efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi pustaka sebagai desain penelitian. Metode kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang fokus pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial melalui interpretasi dan analisis terhadap data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau objek (Sugiyono, 2017). Sedangkan studi pustaka merupakan salah satu cara mendapatkan data yang relevan dari berbagai referensi pustaka. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dengan sumber data berupa referensi terkait pengelola program BIPA, yaitu berupa data tentang rencana bisnis, strategi pemasaran, dan evaluasi kinerja program.

Referensi terkait tenaga pengajar, yaitu berupa data tentang pengalaman mengajar, penggunaan metode pengajaran, dan tantangan yang dihadapi. Referensi mahasiswa BIPA, yaitu berupa data tentang kepuasan mahasiswa, masukan tentang pengajaran, dan persepsi terhadap program. Penelitian ini memfokuskan penelitian pada manajemen dan peluang pengadaan Program BIPA di Perguruan Tinggi Islam. Artikel ilmiah, buku, tesis, dan publikasi terkait manajemen dan Program BIPA di Perguruan Tinggi Islam dikumpulkan untuk menjadi referensi terkait penelitian ini. Analisis dan sintesis materi yang dilakukan adalah dengan menganalisis isi materi pustaka terkait manajemen Program BIPA dan menyusun sintesis terhadap informasi yang relevan dan temuan utama dari studi pustaka. Pendekatan ini bertujuan untuk mengevaluasi metode manajemen yang paling sesuai dengan lingkungan Perguruan Tinggi Islam, mengevaluasi peluang dan tantangan pengadaan Program BIPA di konteks Perguruan Tinggi Islam, serta menginterpretasikan temuan dan menyusun kesimpulan. Penelitian ini terfokus pada analisis literatur terkait manajemen Program BIPA di Perguruan Tinggi Islam dan peluang yang tersedia untuk pengadaan program ini. Studi pustaka akan memberikan wawasan mendalam tentang aspek manajemen dan potensi pengembangan Program BIPA dalam konteks perguruan tinggi dengan latar belakang Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Manajemen Bisnis Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi memerlukan dasar teori yang kuat untuk mencapai tujuan penelitian. Beberapa konsep dan teori yang

relevan dengan kajian ini adalah berupa strategi pemasaran untuk menarik mahasiswa internasional, manajemen keuangan dan anggaran, evaluasi kinerja program, dan rekrutmen tenaga pengajar yang berkualitas.

A. Strategi Pemasaran

Berdasarkan *Marketing Mix Theory* yang diungkapkan oleh (McCarthy, 1960) dapat dikembangkan lebih lanjut untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif dalam konteks Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi. Strategi pemasaran untuk menarik mahasiswa internasional ke program BIPA dapat melibatkan berbagai pendekatan, seperti:

Kemitraan Internasional

Kemitraan dalam strategi pemasaran adalah kolaborasi antara dua atau lebih organisasi atau entitas untuk mencapai tujuan pemasaran bersama (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2010). Dalam konteks manajemen bisnis Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi, kemitraan internasional dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik mahasiswa internasional. Tujuan dari kemitraan internasional dalam konteks BIPA adalah untuk meningkatkan daya tarik program dan menciptakan kesempatan baru bagi mahasiswa internasional untuk mempelajari bahasa dan budaya Indonesia. Kemitraan ini juga dapat membantu memperkuat citra universitas dan program BIPA di tingkat internasional.

Kemitraan internasional dapat dijabarkan dalam berbagai bentuk, di antaranya adalah (1) kemitraan akademik berupa kerja sama dalam penawaran program bersama atau program pertukaran mahasiswa antara perguruan tinggi di negara-negara tertentu; (2) kemitraan penelitian berupa kolaborasi dalam penelitian bersama dalam bidang bahasa, budaya, atau pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing; (3) kemitraan bisnis berupa kerja sama dengan lembaga swasta atau perusahaan untuk menawarkan kursus Bahasa Indonesia khusus bagi karyawan atau mitra bisnis internasional, serta; (4) kemitraan pemasaran berupa promosi bersama program BIPA di berbagai negara melalui acara pameran pendidikan atau platform pemasaran internasional.

Acara Promosi dan Pameran Pendidikan Internasional

Berpartisipasi dalam acara promosi dan pameran pendidikan internasional untuk memperkenalkan program BIPA kepada calon mahasiswa dari berbagai negara merupakan strategi lain yang bisa diterapkan. Dalam Exhibit Labels: An Interpretive Approach, (Serrell, 1996) menggarisbawahi pentingnya pendekatan interpretatif dalam pembuatan label pameran. Ia mengajukan bahwa label pameran, yang mencakup teks dan narasi yang menyertai objek atau artefak dalam pameran, adalah elemen kunci yang membantu pengunjung memahami konteks dan makna dari apa yang mereka lihat. Acara promosi dan pameran pendidikan internasional adalah acara di mana perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya memiliki kesempatan untuk memperkenalkan program mereka kepada calon mahasiswa internasional dari berbagai negara.

Berbagai perguruan tinggi dan lembaga pendidikan yang menawarkan program BIPA biasanya berpartisipasi dalam acara promosi dan pameran pendidikan internasional. Mereka menyediakan stan atau booth tempat mereka dapat memamerkan informasi tentang program BIPA, materi promosi, brosur, dan bahan-bahan lainnya yang relevan. Acara ini menarik calon mahasiswa internasional yang tertarik untuk melanjutkan studi Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing di perguruan tinggi.

Selain memamerkan program BIPA, Acara promosi pendidikan internasional melibatkan aktivitas seperti seminar, diskusi panel, dan presentasi dari perguruan tinggi. Ini memberikan kesempatan kepada calon mahasiswa untuk memahami program BIPA dan menggali potensi yang ditawarkan. Perguruan tinggi mendapat manfaat berupa peningkatan visibilitas program BIPA, membangun hubungan dengan calon mahasiswa internasional, dan menarik basis pelamar yang lebih luas. Tantangan yang mungkin dihadapi termasuk persaingan dengan institusi lain, logistik untuk berpartisipasi, dan efektivitas komunikasi dengan calon mahasiswa.

Penawaran Beasiswa dan Bantuan Keuangan

Penawaran beasiswa dan bantuan keuangan adalah salah satu strategi yang efektif dalam menarik mahasiswa internasional untuk mengikuti program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi. Beasiswa dan bantuan keuangan ini bertujuan

untuk membantu mengurangi beban biaya studi bagi mahasiswa internasional dan memberikan kesempatan kepada mereka untuk belajar Bahasa Indonesia tanpa mengalami kesulitan finansial yang berat. Tujuan utama dari penawaran beasiswa dan bantuan keuangan adalah untuk meningkatkan daya tarik program BIPA dan menciptakan peluang bagi calon mahasiswa internasional yang memiliki potensi akademik dan minat dalam mempelajari bahasa dan budaya Indonesia.

Beasiswa dan bantuan keuangan dalam BIPA dapat beragam jenisnya, seperti (1) beasiswa prestasi akademik, beasiswa ini dapat diberikan kepada calon mahasiswa internasional yang memiliki prestasi akademik yang tinggi atau memiliki catatan akademik yang sangat baik di negara asal mereka; (2) beasiswa berbasis kebutuhan finansial, beasiswa ini berupa pemberian beasiswa kepada calon mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial dan membutuhkan bantuan keuangan untuk melanjutkan studi BIPA di perguruan tinggi; (3) beasiswa khusus berbahasa Indonesia, beasiswa ini diberikan kepada calon mahasiswa internasional yang memiliki minat khusus dalam mempelajari bahasa dan budaya Indonesia dan memiliki rencana yang jelas untuk mengaplikasikan kemampuan bahasa tersebut dalam karier atau bidang studi mereka.

Kampanye Pemasaran Khusus

Kampanye pemasaran khusus adalah strategi pemasaran yang ditujukan secara khusus untuk menjangkau target pasar atau audiens tertentu. Dalam konteks Manajemen Bisnis Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi, kampanye pemasaran khusus bertujuan untuk menarik calon mahasiswa internasional yang memiliki minat khusus dalam memahami bahasa dan budaya Indonesia.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk melakukan kampanye pemasaran khusus dalam konteks BIPA adalah: (1) penentuan target pasar, langkah pertama dalam kampanye pemasaran khusus adalah menentukan target pasar atau audiens yang spesifik. Dalam hal ini, perguruan tinggi akan menargetkan calon mahasiswa internasional yang memiliki minat khusus dalam mempelajari bahasa Indonesia dan budaya Indonesia; (2) pemahaman kebutuhan calon mahasiswa, penting untuk memahami kebutuhan, minat, dan preferensi calon mahasiswa internasional yang menjadi target kampanye.

Perguruan tinggi harus mengidentifikasi apa yang mereka cari dalam program BIPA dan bagaimana program tersebut dapat memenuhi keinginan mereka; (3) pesan dan konten yang relevan, kampanye pemasaran khusus harus menyampaikan pesan dan konten yang relevan dengan minat target pasar. Ini bisa mencakup penekanan pada keunikan program BIPA, keunggulan belajar bahasa Indonesia, pengalaman budaya yang menarik, peluang karier setelah menyelesaikan program, dan lain sebagainya; (4) media dan saluran pemasaran, pemilihan media dan saluran pemasaran yang tepat adalah kunci keberhasilan kampanye pemasaran khusus. Perguruan tinggi dapat memanfaatkan platform digital seperti situs web, media sosial, iklan online, dan email untuk menjangkau target pasar secara efektif; (5) personalisasi komunikasi, kampanye pemasaran khusus dapat lebih efektif jika komunikasi dengan calon mahasiswa dijalankan secara personal dan individual. Pesan-pesan pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat calon mahasiswa akan lebih memikat perhatian mereka; serta (6) pengukuran dan evaluasi, penting untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran khusus. Perguruan tinggi harus mengukur tingkat respons dari calon mahasiswa, jumlah pendaftar yang berasal dari kampanye tersebut, dan tingkat keberhasilan dalam menjangkau target pasar.

Situs Web yang Ramah Pengguna

Dalam konteks strategi pemasaran untuk menarik mahasiswa ke program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA), situs web yang ramah pengguna sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Situs web yang baik dapat menjadi salah satu alat utama dalam menjelaskan nilai dan daya tarik program BIPA kepada calon mahasiswa internasional, serta memberikan informasi yang lengkap dan mudah diakses tentang program tersebut.

Beberapa cara untuk membuat dan mengembangkan situs web yang ramah pengguna dapat mendukung strategi pemasaran BIPA, seperti: (1) menyampaikan informasi yang jelas dan relevan, situs web harus menyediakan informasi yang jelas dan relevan tentang program BIPA, termasuk kurikulum, biaya kuliah, jadwal kuliah, dan keunggulan program; (2) tampilan yang menarik dan responsif, desain situs web harus menarik, mencerminkan citra positif tentang program BIPA, dan menarik perhatian calon mahasiswa. Selain itu, situs web juga harus

responsif, menyesuaikan tampilan dengan baik di berbagai perangkat seperti laptop, tablet, dan ponsel pintar; (3) navigasi yang mudah dan intuitif, navigasi situs web harus sederhana dan mudah diikuti. Menu yang jelas dan terorganisasi dengan baik akan membantu calon mahasiswa menemukan informasi yang mereka cari tanpa kesulitan; (4) pengalaman pengguna yang menyenangkan, situs web harus memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan tidak menyulitkan. Waktu muat halaman yang cepat dan antarmuka yang intuitif akan membuat calon mahasiswa betah berinteraksi dengan situs lebih lama; (5) penekanan pada testimoni dan kesuksesan alumni, situs web dapat menampilkan testimonial dari mahasiswa internasional saat ini atau alumni yang telah mengikuti program BIPA dengan sukses; (6) pendaftaran online yang mudah, jika memungkinkan, situs web dapat menyediakan fasilitas pendaftaran online untuk program BIPA. Proses pendaftaran yang sederhana dan mudah akan mendorong calon mahasiswa untuk melanjutkan proses pendaftaran; (7) konten interaktif dan menarik, situs web dapat menyertakan konten interaktif seperti video, gambar, atau blog yang menarik; serta (8) Informasi tentang beasiswa dan bantuan keuangan, jika ada penawaran beasiswa atau bantuan keuangan khusus untuk mahasiswa internasional dalam program BIPA, informasi tentang ini harus tersedia dengan jelas di situs web.

Konten Pemasaran Kreatif

Konten pemasaran kreatif adalah bentuk konten yang dihasilkan dengan pendekatan inovatif dan kreatif untuk menarik perhatian calon mahasiswa internasional dalam konteks program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Tujuan dari konten pemasaran kreatif adalah untuk menyampaikan pesan tentang nilai dan daya tarik program BIPA dengan cara yang menarik, menarik minat calon mahasiswa, dan menciptakan kesan positif tentang program tersebut.

Beberapa contoh konten pemasaran kreatif yang bisa digunakan dalam strategi pemasaran BIPA adalah: (1) vlog bahasa Indonesia, membuat vlog atau video pendek dengan berbagai situasi sehari-hari di kampus dan lingkungan sekitar, yang menampilkan interaksi dalam bahasa Indonesia; (2) komik bahasa Indonesia, membuat komik sederhana yang mengajarkan kosakata dan frasa dalam bahasa Indonesia secara lucu dan menarik; (3) kuis bahasa dan budaya, membuat

kuis interaktif yang menantang calon mahasiswa tentang kosakata bahasa Indonesia, budaya, dan tradisi Indonesia; (4) pengalaman mahasiswa, membuat cerita atau wawancara dari mahasiswa internasional yang telah mengikuti program BIPA dan berbagi pengalaman mereka tentang belajar bahasa Indonesia dan budaya Indonesia; (5) E-book atau panduan bahasa Indonesia, membuat e-book atau panduan ringkas yang berisi tips dan trik untuk belajar bahasa Indonesia, daftar kosakata yang berguna, dan panduan komunikasi dalam berbagai situasi; (6) webinar bahasa Indonesia, mengadakan webinar tentang topik-topik menarik terkait bahasa dan budaya Indonesia, dengan menghadirkan pembicara yang berpengalaman di bidang tersebut; (7) kampanye di media sosial, menggunakan media sosial untuk berbagi konten kreatif seperti meme, GIF, atau kartun yang mengangkat tema bahasa dan budaya Indonesia.

Penggunaan Media Sosial

Strategi penggunaan media sosial adalah salah satu pendekatan yang sangat efektif dalam konteks strategi pemasaran untuk menarik calon mahasiswa internasional ke program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Media sosial adalah platform yang luas dan populer di kalangan mahasiswa internasional, dan dapat digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas secara efisien.

Beberapa strategi penggunaan media sosial dalam pemasaran menarik bagi mahasiswa BIPA adalah: (1) penyediaan konten relevan dan menarik, buat konten kreatif dan menarik yang berkaitan dengan program BIPA, budaya Indonesia, dan kehidupan mahasiswa internasional di kampus. Konten tersebut dapat berupa gambar, video, tulisan blog, infografis, atau kuis yang menarik dan informatif; (2) pemilihan platform yang tepat, identifikasi platform media sosial yang paling populer di kalangan calon mahasiswa internasional, seperti Instagram, Facebook, Twitter, atau YouTube. Fokuskan upaya pemasaran pada platform yang sesuai dengan audiens target; (3) interaksi aktif dengan pengguna, berinteraksi aktif dengan calon mahasiswa melalui komentar, pesan pribadi, atau balasan atas pertanyaan mereka; (4) kampanye konten viral, buat kampanye konten viral yang menarik minat calon mahasiswa untuk berpartisipasi dan berbagi konten mahasiswa dengan teman-teman mereka; (5) menggunakan hashtag khusus, ciptakan hashtag khusus untuk

program BIPA dan ajak calon mahasiswa untuk menggunakan hashtag tersebut ketika berbagi konten terkait dengan program; (6) kolaborasi dengan influencer, bekerja sama dengan influencer atau tokoh terkenal di media sosial yang memiliki minat dalam bahasa dan budaya Indonesia; (7) penggunaan iklan berbayar, gunakan fitur iklan berbayar di media sosial untuk meningkatkan jangkauan konten dan mencapai target pasar yang lebih spesifik; serta (8) live streaming, adakan sesi live streaming secara reguler di media sosial, di mana pengguna dapat berbicara tentang program BIPA, menjawab pertanyaan calon mahasiswa secara langsung, dan memberikan informasi lebih lanjut tentang program.

B. Pengelolaan Keuangan dan Anggaran Yang Efisien

Setelah strategi pemasaran yang menarik tentunya ada variabel lain yang dapat mendukung pelaksanaan program BIPA, yaitu pengelolaan keuangan dan anggaran yang efisien. Pengelolaan keuangan dan anggaran yang efisien sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di perguruan tinggi. Dengan mengelola keuangan secara efisien, perguruan tinggi dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dan menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran untuk program BIPA.

Beberapa langkah yang dapat diambil untuk mencapai pengelolaan keuangan yang efisien adalah (1) penyusunan anggaran realistis, buat anggaran yang realistis dan komprehensif untuk program BIPA, termasuk semua aspek seperti biaya pengajaran, biaya operasional, kegiatan promosi, dan pengembangan kurikulum. Anggaran harus disusun berdasarkan proyeksi pemasukan dan biaya yang masuk akal; (2) monitoring pengeluaran, lakukan pemantauan secara teratur terhadap pengeluaran program BIPA. Pantau setiap pengeluaran dan pastikan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Jika terdapat ketidaksesuaian, lakukan penyesuaian yang diperlukan; (3) diversifikasi sumber pemasukan, selain biaya kuliah dari mahasiswa, cari sumber pemasukan lain untuk mendukung program BIPA. Misalnya, kerja sama dengan lembaga pemerintah atau swasta, penawaran pelatihan bahasa untuk perusahaan, atau pengajuan proposal proyek dengan tujuan khusus; (4) evaluasi kinerja program, lakukan evaluasi kinerja program secara teratur untuk

mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari program BIPA. Identifikasi area di mana pengeluaran dapat ditekan atau diarahkan kegiatan yang memberikan dampak positif bagi mahasiswa dan program; (5) penggunaan teknologi dan automasi, manfaatkan teknologi dan automasi untuk mengoptimalkan proses keuangan, seperti pengelolaan pembayaran, pencatatan transaksi, dan laporan keuangan. Penggunaan teknologi akan mengurangi potensi kesalahan manusia dan meningkatkan efisiensi; (6) negosiasi dengan pemasok, lakukan negosiasi yang baik dengan pemasok, termasuk pemasok buku dan materi pembelajaran, peralatan, dan layanan lain yang diperlukan untuk program BIPA. Dapatkan penawaran terbaik dan pastikan kualitas layanan tetap terjaga; (7) pendekatan berbasis data, ambil keputusan berdasarkan data yang akurat dan terpercaya. Identifikasi tren dan pola belanja yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik; (8) komitmen untuk transparansi, pastikan adanya transparansi dalam pengelolaan keuangan program BIPA. Melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan keuangan dapat menciptakan iklim yang lebih transparan dan mendukung keberlanjutan program.

C. Rekrutmen dan Pengembangan Tenaga Pengajar Berkualitas

Rekrutmen dan pengembangan tenaga pengajar berkualitas adalah komponen kunci dalam manajemen bisnis penyelenggaraan program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Tenaga pengajar yang berkualitas akan memberikan pengalaman belajar yang baik bagi mahasiswa internasional dan membantu meningkatkan reputasi serta daya tarik program BIPA di pasar pendidikan internasional. Perencanaan Sumber Daya Manusia (Human Resource Planning) merupakan suatu kerangka kerja yang digunakan oleh organisasi untuk merencanakan kebutuhan tenaga kerja pada tingkat jangka panjang maupun jangka pendek (Noe, Hollenbeck, Gerhart, & Wright, 2017). Dalam konteks BIPA di perguruan tinggi Islam, perencanaan sumber daya manusia menjadi krusial untuk memastikan keberhasilan program tersebut.

Perencanaan sumber daya manusia dalam konteks BIPA dimulai dengan identifikasi kebutuhan pengajar. Ini melibatkan analisis menyeluruh tentang jumlah, kualifikasi, dan

kompetensi yang diperlukan untuk mengajar Bahasa Indonesia kepada penutur asing. Hal ini mencakup penilaian mendalam terhadap tingkat pemahaman bahasa dan budaya Indonesia, kemampuan komunikasi, serta keterampilan mengajar yang diperlukan. Perencanaan sumber daya manusia perlu mempertimbangkan metodologi pengajaran yang sesuai untuk pengajaran bahasa kepada penutur asing.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa poin penting dalam rekrutmen dan pengembangan tenaga pengajar berkualitas dalam konteks manajemen bisnis BIPA adalah (1) identifikasi kriteria pengajar ideal, tentukan kriteria dan persyaratan yang jelas untuk tenaga pengajar BIPA. Pilih pengajar dengan latar belakang pendidikan yang relevan, pengalaman mengajar bahasa Indonesia bagi penutur asing, dan kemampuan komunikasi yang baik dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia; (2) rekrutmen secara luas, lakukan rekrutmen secara luas, baik di dalam negeri maupun dari luar negeri, untuk menemukan tenaga pengajar yang berkualitas. Perguruan tinggi dapat mengadakan seleksi dan wawancara untuk memastikan bahwa pengajar yang direkrut memiliki kualifikasi yang sesuai; (3) program pengembangan pengajar, berikan pelatihan dan program pengembangan profesional bagi tenaga pengajar BIPA. Program ini dapat mencakup pelatihan bahasa, pengajaran, atau keterampilan komunikasi lintas budaya untuk meningkatkan kualitas pengajaran; (4) pengajaran yang interaktif dan inovatif, dorong tenaga pengajar untuk menerapkan pendekatan pengajaran yang interaktif dan inovatif. Penggunaan teknologi, multimedia, dan metode pengajaran yang aktif akan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan efektivitas pengajaran; (5) pengawasan dan evaluasi kinerja, lakukan pengawasan dan evaluasi kinerja secara berkala terhadap tenaga pengajar. Identifikasi kekuatan dan area perbaikan dalam pengajaran, serta berikan umpan balik yang konstruktif untuk pengembangan lebih lanjut; (6) dukungan profesional dan akademik, berikan dukungan profesional dan akademik yang memadai kepada tenaga pengajar. Pastikan mereka memiliki akses ke sumber daya dan fasilitas yang mendukung pengajaran yang berkualitas; (7) kolaborasi dengan Pusat Studi Bahasa dan Budaya, perguruan tinggi dapat menjalin kerja sama dengan pusat studi bahasa dan budaya Indonesia, atau lembaga yang memiliki keahlian dalam pengajaran bahasa bagi penutur asing. Kolaborasi

ini dapat meningkatkan kualitas pengajaran dan memberikan manfaat tambahan bagi mahasiswa BIPA.

D. Evaluasi Kinerja Program secara Berkala

Evaluasi kinerja program secara berkala merupakan langkah penting dalam konteks manajemen bisnis Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana program BIPA telah mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, mengukur efektivitas pengajaran, dan mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya. Menurut (Stufflebeam, Madaus, & Kellaghan, 2000) yang mengembangkan model evaluasi CIPP menyatakan bahwa kerangka evaluasi tersebut mencakup empat elemen utama untuk menilai efektivitas dan kualitas suatu program atau proyek, yaitu *context*, *input*, *process*, dan *product* (CIPP). Konteks mencakup identifikasi dan pemahaman tentang situasi atau konteks di mana program BIPA akan diimplementasikan di perguruan tinggi Islam. Evaluasi dalam konteks ini melibatkan penilaian kebutuhan dan permintaan yang bertujuan untuk menganalisis apakah ada kebutuhan yang signifikan dan permintaan dari penutur asing untuk mempelajari Bahasa Indonesia di lingkungan perguruan tinggi Islam. Lalu kebijakan dan regulasi yang bertujuan untuk memeriksa kesesuaian program BIPA dengan kebijakan pendidikan dan hukum Islam, serta kebijakan perguruan tinggi. Terakhir merupakan budaya dan nilai-nilai, dengan maksud untuk memahami nilai-nilai dan budaya Islam yang harus diakomodasi dalam desain dan pengelolaan program BIPA.

Selain itu, *input* (masukan) melibatkan sumber daya, rencana, dan desain program BIPA. Evaluasi pada tahap ini mencakup kurikulum dan materi pembelajaran dengan maksud untuk menilai apakah kurikulum BIPA memadai mencakup kebutuhan pengajaran Bahasa Indonesia dengan mempertimbangkan konteks perguruan tinggi Islam. Kemudian, tenaga pengajar dan keahlian yang bertujuan untuk menilai apakah tenaga pengajar yang akan mengelola program memiliki kompetensi bahasa dan pemahaman yang baik tentang budaya dan nilai-nilai Islam. Terakhir adalah fasilitas dan teknologi yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi apakah fasilitas dan teknologi yang tersedia di perguruan tinggi mendukung pelaksanaan program BIPA.

Lalu pada tahap *process* (proses), melibatkan implementasi program BIPA dengan memperhatikan kualitas pengajaran dan efisiensi operasional. Evaluasi pada tahap ini akan mencakup metode pengajaran yang bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas metode pengajaran yang digunakan dalam program BIPA di perguruan tinggi Islam, termasuk penggunaan teknologi pendidikan. Kemudian, interaksi dengan mahasiswa yang bertujuan untuk memantau interaksi antara pengajar dan mahasiswa, serta mendapatkan umpan balik untuk perbaikan kontinu. Terakhir adalah pengelolaan kelas dan kegiatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah pengelolaan kelas dan kegiatan berjalan dengan efisien dan sesuai dengan tujuan program.

Selanjutnya adalah *product* (produk) yang mencakup hasil dan prestasi yang dihasilkan oleh program BIPA. Evaluasi pada tahap ini akan mencakup capaian pembelajaran yang bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan pembelajaran dari program BIPA telah tercapai oleh mahasiswa. Kemudian, keterampilan bahasa yang bertujuan untuk mengukur peningkatan keterampilan berbahasa Indonesia yang diperoleh oleh mahasiswa selama mengikuti program; serta evaluasi umum program yang bertujuan untuk menganalisis umpan balik dari mahasiswa, pengajar, dan pihak terkait untuk menilai keberhasilan dan kesuksesan program BIPA.

Evaluasi kinerja program secara berkala memastikan program BIPA dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan harapan mahasiswa internasional, meningkatkan kualitas pengajaran, dan mencapai keberhasilan yang lebih baik dalam menyediakan pembelajaran bahasa dan budaya Indonesia yang berkualitas.

Pembahasan

Hasil penelitian ini mengevaluasi strategi manajemen yang diterapkan dalam program BIPA di perguruan tinggi, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, dan mengungkapkan implikasi pengelolaan bisnis BIPA. Temuan-temuan ini memiliki relevansi yang kuat dengan teori dan penelitian terdahulu dalam bidang manajemen pendidikan, pemasaran pendidikan, dan pengajaran bahasa bagi penutur asing.

Secara teoritis, hasil penelitian ini sejalan dengan konsep manajemen pendidikan yang menekankan pentingnya merumuskan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan pendidikan dan mempertahankan kualitas program. Hasil

penelitian ini juga mendukung teori pemasaran pendidikan yang menyoroti pentingnya pemasaran yang efektif untuk menarik mahasiswa internasional ke program BIPA.

Selain itu, temuan-temuan ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu tentang manajemen bisnis BIPA di perguruan tinggi. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti tantangan dalam pengelolaan program BIPA, seperti masalah perekrutan tenaga pengajar, strategi pemasaran yang efektif, dan keberlanjutan finansial program. Temuan-temuan ini memperkuat kesimpulan bahwa tantangan ini masih relevan dalam konteks yang lebih luas. Namun, hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi yang baru dan berharga dalam pemahaman tentang manajemen bisnis BIPA. Salah satu temuan baru adalah penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif untuk menarik mahasiswa internasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya menjadi kunci dalam merekrut mahasiswa internasional.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan pentingnya kerja sama dengan lembaga pendidikan dan lembaga budaya lokal dalam mengatasi tantangan dalam anggaran dan rekrutmen tenaga pengajar. Temuan ini menyoroti pentingnya kemitraan internasional dalam mendukung keberlangsungan program BIPA di perguruan tinggi. Dengan demikian, temuan-temuan dari penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang manajemen bisnis BIPA di perguruan tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan relevansi yang kuat dengan teori dan penelitian terdahulu, sambil juga memberikan informasi baru tentang strategi pemasaran digital dan kemitraan internasional sebagai faktor penting dalam manajemen bisnis BIPA.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen bisnis BIPA di perguruan tinggi merupakan tantangan yang kompleks, namun memiliki potensi besar untuk menarik mahasiswa internasional dan memperkuat interaksi budaya. Temuan-temuan ini memberikan sumbangan yang berharga bagi pengembangan program BIPA di masa mendatang dan menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini.

PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan program BIPA di perguruan tinggi

Islam memunculkan serangkaian tantangan yang memerlukan strategi tepat. Pertumbuhan minat internasional terhadap Bahasa Indonesia dalam konteks globalisasi dan interaksi budaya menekankan pentingnya manajemen yang efektif, pengelolaan anggaran, dan rekrutmen tenaga pengajar. Namun, dengan strategi yang tepat, program BIPA dapat berhasil dan berkelanjutan. Strategi pemasaran digital menjadi kunci dalam merekrut mahasiswa internasional dengan biaya yang efisien, sementara kemitraan internasional mendukung keberlanjutan program BIPA dan memperkaya pengalaman belajar mahasiswa melalui pertukaran budaya. Temuan ini relevan dengan teori manajemen dan pemasaran pendidikan, menekankan pentingnya strategi efektif dalam meningkatkan reputasi program. Saran untuk pengembangan program di masa mendatang termasuk penguatan strategi pemasaran digital, kerja sama internasional yang lebih luas, evaluasi kinerja rutin, adaptasi nilai-nilai Islam dalam kurikulum, dan penelitian lanjutan untuk meningkatkan pemahaman terhadap program BIPA.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta. (2017, 02 02). *WD I FBS UNY: BIPA Harus Dikelola secara Profesional Primary tabs View(active tab)*. Retrieved 09 2023, from Fakultas Bahasa, Seni, dan Budaya Universitas Negeri Yogyakarta: <https://fbsb.uny.ac.id/berita/wd-i-fbs-uny-bipa-harus-dikelola-secara-profesional>.
- Gatewood, R., Feild, H. S., & Barrick, M. (2010). *Human Resource Selection*. Cengage Learning.
- Istanti, W., & Nugroho, Y. E. (2018). *Optimalisasi Manajemen Pengelolaan BIPA sebagai Peluang Income Generating Perguruan Tinggi. Semar (Seminar Kepakaran) BIPA 2* (pp. 118-129). Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Johnson, R. (2018). Evaluating the Impact of Indonesian Language Program on International Student: A Longitudinal Study. *Higher Education Research*, 6(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customer to the Human Spirit*. John Wiley & Sons.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing - A Managerial Approach*. Washington DC: Richard D. Irwin, Inc.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. McGraw Hill Education.
- Ross, S. A., Jordan, B. D., & Westerfield, R. W. (2019). *Fundamentals of corporate finance / Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, Bradford D. Jordan*. Boston: Irwin McGraw-Hill,.
- Serrell, B. (1996). *Exhibit labels: An interpretive approach*. Rowman Altamira.
- Stufflebeam, D. L., Madaus, G. F., & Kellaghan, T. (2000). *Evaluation Models: Viewpoints on Educational and Human Services Evaluation*. Springer Dordrecht.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamara, Rizka, & Denty. (2021, 09 26). *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. Retrieved from <https://www.kemdikbud.go.id/>: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/09/capaian-keberhasilan-bipa-tingkatkan-fungsi-bahasa-indonesia-di-kancah-dunia>
- Ulfiana, E. (2017). Kontribusi IAIN Surakarta terhadap Tugas dan Fungsi Pusat Pengembangan Strategi dan Diplomasi Kebahasaan, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa dalam Pemberian Beasiswa Pendidikan di Tingkat ASEAN. *Simposium Internasional Pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing*, (pp. 223-228).