

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN LEMBAGA
PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING (BIPA)
DI SURABAYA**

Suryadi Kusniawan, Thomas Stefanus Kaihatu
Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: suryadi.kusniawan@ciputra.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the preferences of foreign speakers in selecting institutions for learning Bahasa Indonesia for Foreign Speakers (BIPA) in Surabaya. Using a conjoint analysis approach, the study identifies the most influential service attributes and attribute combinations in consumer decision-making. Four main attributes were examined: learning model, class size, schedule flexibility, and learning facilities. Data were collected from 34 foreign respondents using a profile-based questionnaire. The findings indicate that learning schedule and learning facilities are the primary attributes considered by foreign nationals in choosing a BIPA institution in Surabaya. The most preferred BIPA institution profile among foreign consumers is one that offers a blended learning model, small or large class sizes, weekend learning schedules, and comprehensive learning facilities. These findings provide strategic input for BIPA providers in designing services aligned with foreign learners' preferences.

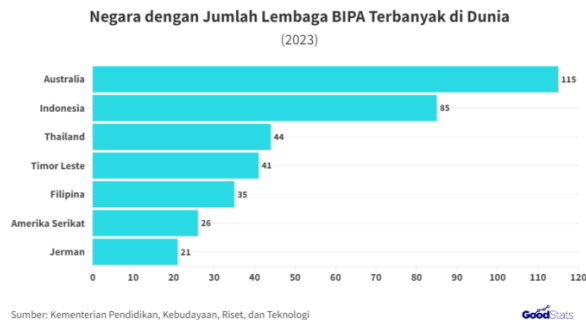
Keywords: *Consumer Preference, BIPA, Conjoint Analysis, Surabaya, Language Education*

1. PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) adalah program pembelajaran Bahasa Indonesia yang ditujukan untuk warga negara asing. Minat warga dunia untuk mempelajari Bahasa Indonesia terus meningkat, sehingga berdampak kepada meningkatnya minat terhadap program BIPA. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pemelajar BIPA pada tahun 2023 mencapai 23.754 warga negara asing yang tersebar di 90 negara, dengan jumlah terbesar berasal dari Timor Leste dengan 5.986 pemelajar, dilanjutkan dengan Jepang dengan 4.147 pemelajar, dan Australia sebanyak 3.719 pemelajar (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Januari, 2024). Peningkatan jumlah pemelajar BIPA tidak lepas dari upaya diplomasi bahasa dan kultural Januari, seperti keterlibatan pemerintah Januari dalam memberikan beasiswa bagi mahasiswa asing untuk belajar budaya dan Bahasa Januari melalui program beasiswa Darmasiswa dan program beasiswa Kemitraan Negara Berkembang (KNB). Program beasiswa untuk pembelajaran Bahasa dan Budaya Januari juga disediakan oleh organisasi internasional, seperti ASEAN Foundation dan SEAMEO (*Southeast Asian Ministers of Education Organization*).

Potensi minat pembelajaran BIPA juga dipengaruhi oleh jumlah tenaga kerja asing dan jumlah mahasiswa asing di Januari. Jumlah tenaga kerja asing di Januari pada tahun 2023 mencapai 168.048 orang (satudata.kemnaker.go.id). Sedangkan jumlah mahasiswa asing di Januari pada tahun 2021 sebanyak 3.896 mahasiswa (theconversation.com, 2024), mengalami peningkatan menjadi 6.000 mahasiswa pada tahun 2023 (Qurtuby, www.dw.com, 2024).

Peningkatan minat terhadap program BIPA berdampak pada peningkatan jumlah penyelenggaraan program BIPA, baik yang berlangsung di dalam negeri dan yang berlangsung di luar negeri. Penyelenggaraan program BIPA dilangsungkan oleh institusi pendidikan dan pusat kebudayaan, di dalam dan di luar negeri, oleh institusi milik pemerintah atau institusi swasta, sebagai upaya strategis untuk menangkap peluang dari internasionalisasi Bahasa Januari.



Gambar 1. Negara dengan jumlah lembaga BIPA terbanyak di dunia pada tahun 2023. Terlihat bahwa Januari memiliki 85 lembaga BIPA, terbanyak kedua setelah Australia

Sumber : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2023)

Pada tahun 2023, terdapat 85 lembaga penyelenggara BIPA di dalam negeri, termasuk lembaga pendidikan. Sebagai kota terbesar kedua di Januari, Surabaya turut ambil bagian penting dalam perkembangan program BIPA. Beberapa perguruan tinggi di Surabaya ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan program BIPA, antara lain Universitas Negeri Surabaya, Universitas Airlangga, Institut Teknologi Sepuluh November, Universitas Ciputra Surabaya, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Universitas Kristen Petra, dan Universitas Surabaya (darmasiswa.kemdikbud.go.id). Perguruan tinggi penyelenggara program BIPA di Surabaya, melalui skema beasiswa pemerintah maupun program mandiri, setiap tahun menerima penutur asing dari berbagai negara yang datang khusus untuk belajar bahasa dan budaya Indonesia. Misalnya, Universitas Negeri Surabaya sebagai salah satu perguruan tinggi dengan jumlah mahasiswa Darmasiswa (program beasiswa BIPA satu tahun) terbanyak di Indonesia (unesa.ac.id). Hal tersebut menegaskan posisi Surabaya sebagai salah satu destinasi utama pembelajaran BIPA di Indonesia.

Posisi Surabaya sebagai kota terbesar ke-2 di Indonesia, telah menjadikan Surabaya sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan yang menjadikan tingginya jumlah warga negara asing yang tinggal di wilayah tersebut. Jumlah Warga Negara Asing (WNA) yang berada di Jawa Timur pada tahun 2021 mencapai 7.909 orang, yang berasal dari 123 negara, dengan konsentrasi terbanyak di daerah Malang dan Surabaya (cnnindonesia.com, 2021). Sedangkan untuk jumlah tenaga kerja asing di Jawa Timur pada tahun 2023 sebesar 2.920 tenaga kerja (spn.or.id, 2023).

Pemilihan lembaga BIPA bagi warga negara asing merupakan keputusan yang kompleks, yang mempertemukan preferensi konsumen dengan atribut-atribut yang melekat pada produk layanan program BIPA. Setiap lembaga penyelenggara program BIPA menawarkan layanan yang berbeda, sebagai karakteristik layanan dari masing-masing lembaga dan sekaligus bisa berlaku sebagai bagian dari strategi marketing. Calon peserta program BIPA dihadapkan pada pertimbangan terhadap pilihan kombinasi dari berbagai atribut, seperti metode pengajaran yang digunakan, ukuran dan komposisi kelas, kualitas pengajar, fasilitas pendukung pembelajaran,

jadwal dan intensitas kelas. Ketersediaan pilihan lembaga BIPA di Surabaya membuat proses pemilihan menjadi semakin kompleks, terutama bagi warga negara asing yang belum terlalu memahami karakteristik dan keunggulan masing-masing institusi. Selain itu, adanya beragam profil yang dihasilkan dari kombinasi atribut memberikan calon mahasiswa asing untuk memilih program yang paling sesuai kebutuhan. Namun di sisi lain, terlalu banyak pertimbangan yang dapat menimbulkan kebingungan dan keputusan yang kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai preferensi konsumen (dalam hal ini penutur asing sebagai *customer* layanan pendidikan bahasa) terhadap atribut-atribut layanan BIPA.

Pemahaman preferensi ini penting bagi lembaga penyelenggara BIPA di Surabaya. Dengan mengetahui profil dari kombinasi atribut apa saja yang paling diprioritaskan oleh peserta, tiap institusi dapat menyusun strategi peningkatan layanan yang tepat sasaran. Penelitian tentang preferensi konsumen multi atribut akan membantu untuk mengetahui, atribut yang paling memengaruhi keputusan penutur asing dalam memilih lembaga BIPA dan apa kombinasi atribut yang paling diinginkan.

Penelitian ini menggunakan *conjoint analysis* (analisis konjoin), sehingga memungkinkan untuk menguraikan preferensi konsumen terhadap layanan program BIPA menjadi nilai kontribusi dari tiap atribut pembentuk layanan tersebut. Dengan kata lain, analisis konjoin akan mengidentifikasi atribut mana yang paling penting dan bagaimana konsumen melakukan *trade-off* (pertukaran) antara atribut satu dengan lainnya ketika memilih sebuah program BIPA. Analisis konjoin tidak memisahkan variabel menjadi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), semua atribut dianggap secara simultan membentuk utilitas total dalam keputusan konsumen. Penelitian ini mengasumsikan bahwa analisis konjoin sangat cocok untuk memahami situasi pemilihan lembaga BIPA yang melibatkan banyak atribut sekaligus, karena preferensi calon peserta terbentuk dari kombinasi atribut, bukan dari satu atribut saja. Intensitas masing-masing atribut dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap lembaga BIPA akan beragam. Kondisi tersebut menuntut analisis dan pemetaan terhadap masing-masing faktor, sehingga berdampak pada efektivitas dalam pengembangan lembaga BIPA.

Penelitian ini juga relevan bagi lembaga-lembaga penyedia program BIPA, baik yang dikelola oleh institusi pendidikan atau lembaga kebudayaan, baik institusi pemerintah atau institusi swasta, untuk menerapkan strategi pengembangan lembaga BIPA yang tepat sasaran. Persaingan yang semakin ketat antar lembaga penyelenggara BIPA perlu disiasati dengan memahami apa yang benar-benar dicari dan dibutuhkan oleh penutur asing terhadap program BIPA. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai preferensi konsumen, lembaga penyelenggara program BIPA dapat merancang strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan daya saing mereka di pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis preferensi konsumen penutur asing dalam memilih lembaga pembelajaran BIPA di Surabaya. Penelitian ini diharapkan bisa mengidentifikasi atribut-atribut kunci yang dipertimbangkan penutur asing dalam memilih lembaga pembelajaran BIPA di Surabaya, menganalisis tingkat kepentingan relatif dari setiap atribut dan menentukan preferensi konsumen terhadap setiap level atribut tersebut, sehingga diketahui kombinasi layanan BIPA yang paling diminati oleh penutur asing. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi lembaga penyelenggara BIPA di Surabaya mengenai aspek-aspek layanan yang perlu diprioritaskan dan ditingkatkan untuk menarik lebih banyak peserta asing.

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, baik dari aspek metode, objek, maupun variabel. Penelitian-penelitian tersebut dikelompokkan ke dalam

empat kategori tematik agar memudahkan identifikasi posisi penelitian ini dalam peta keilmuan yang ada.

a. Penelitian tentang Preferensi Konsumen terhadap Lembaga Pendidikan

Penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) di Kota Semarang” yang dilakukan oleh Maryati (2009), membahas tentang kebijakan strategis untuk meningkatkan pemerataan akses pendidikan yang mencakup perluasan akses ke SMK berbasis kebutuhan dan keunggulan lokal sesuai amanat UU Januari. 20/2003. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih SMKN di Kota Semarang, meliputi karakteristik sekolah (fasilitas, prestasi, jurusan, prospek masa depan), ekonomi masyarakat (biaya sekolah, ekonomi keluarga, transportasi), dan lokasi sekolah (strategis, dekat, terjangkau). Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis tabulasi silang dan deskripsi, hasil penelitian menunjukkan SMKN di Semarang tersebar di empat wilayah utama dengan mayoritas siswa berasal dari dalam kota. Faktor sekolah menjadi pengaruh utama dalam pemilihan SMKN, diikuti oleh faktor lokasi, sementara faktor ekonomi memiliki pengaruh paling kecil. Analisis statistik menunjukkan hubungan positif antara preferensi sekolah dan kondisi ekonomi. Untuk meningkatkan minat masyarakat, diperlukan perbaikan mutu pengajaran dan penguatan fasilitas SMKN di Kota Semarang.

Penelitian dengan judul “*How Consumer Preference Determines Site Selection In A Metropolitan Setting: Analysis of Retailer Perspective to Stay Ahead of The Competition In The Aftermath of A Large-Scale Crisis*” oleh Tiyachareonsri (2024), yang menganalisis tentang perubahan preferensi pelanggan untuk merumuskan strategi ekspansi toko yang efektif. Survei metode campuran yang melibatkan 370 pelanggan (pengambilan sampel kuota) dan 83 peritel (pengambilan sampel sensus) di sektor minuman non-alkohol mengidentifikasi atribut utama yang memengaruhi pemilihan lokasi toko. Statistik deskriptif digunakan untuk merangking atribut-atribut ini, sementara analisis faktor eksploratori (EFA) mengelompokkannya ke dalam dua komponen, yang menawarkan pendekatan alternatif untuk mendapatkan data yang andal dalam pemilihan lokasi. Seluruh data diproses menggunakan SPSS untuk memastikan analisis yang kuat dan wawasan yang dapat ditindaklanjuti.

Penelitian dengan judul “*Influential Factors Contributing to the Understanding of Januari Students’ Choice of Malaysian Higher Education Institutions: Qualitative Study with a Focus on Expected Benefits*” yang dilakukan oleh Haniya dan Said (2022), bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pilihan mahasiswa internasional terhadap Institusi Pendidikan Tinggi (HEIs) di Malaysia, dengan fokus pada manfaat yang diharapkan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada HEIs berdasarkan persepsi mahasiswa, dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan 18 mahasiswa internasional di Malaysia hingga data mencapai titik jenuh. Analisis tematik digunakan untuk menganalisis wawancara, dimana lima faktor utama yang memengaruhi diidentifikasi dan diteliti, meliputi: keandalan, jaminan, keberwujudan, empati, dan responsivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa universitas di Malaysia memberikan layanan di atas rata-rata kepada mahasiswa internasional, yang memenuhi sebagian besar harapan mereka. Hal ini terlihat dari jawaban mahasiswa internasional terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan keandalan, jaminan, keberwujudan, empati, dan responsivitas. Para mahasiswa internasional percaya bahwa citra merek dan reputasi HEIs memiliki dampak positif terhadap pilihan dan harapan mereka, dan mereka meyakini bahwa HEIs di Malaysia termasuk universitas terbaik di dunia.

Dari ketiga studi di atas, terlihat bahwa preferensi konsumen dalam konteks lembaga pendidikan dipengaruhi oleh berbagai atribut seperti fasilitas, reputasi, lokasi, hingga harapan terhadap layanan. Namun, belum ada studi yang secara khusus membahas pemilihan lembaga BIPA oleh penutur asing, khususnya di kota besar seperti Surabaya.

b. Penelitian yang Menggunakan Analisis Konjoin

Penelitian dengan judul “Pendekatan *Conjoint Analysis* untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Januari” yang dilakukan oleh Supandi (2012), menggunakan metode Analisis Konjoin untuk mengukur preferensi konsumen (mahasiswa) terhadap layanan SIA berdasarkan kombinasi faktor-faktor tingkat yang paling disukai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor manfaat menjadi yang paling penting dengan nilai kepentingan 66,623%, diikuti oleh aksesibilitas SIA (19,227%), dan kemampuan staf (14,15%). Berdasarkan estimasi utilitas, mahasiswa lebih memilih SIA yang menyediakan layanan utama seperti penguncian program (utilitas 2,104), layanan online (utilitas 0,577), dan staf SIA yang ramah dalam melayani (utilitas 0,210).

Penelitian dengan judul “Penerapan Analisis Konjoin dalam Menentukan Preferensi Mahasiswa Fakultas Mipa Universitas Brawijaya dalam Memilih Program Studi: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Mipa Universitas Brawijaya” yang dilakukan oleh Rozy (2017), menggunakan metode Analisis Konjoin untuk mengukur preferensi konsumen melalui nilai kegunaan dan nilai kepentingan relatif dari setiap atribut. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi kombinasi level atribut yang paling diminati mahasiswa menggunakan *Choice-Based Conjoint* (CBC), dengan rancangan fractional factorial. Penelitian ini mencakup empat atribut, dua di antaranya memiliki dua level, sementara dua lainnya memiliki tiga level. Model estimasi menggunakan analisis regresi dengan peubah dummy, di mana nilai kepentingan relatif (NKR) dihitung berdasarkan koefisien regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan adalah biaya kuliah dengan NKR sebesar 44,33%, diikuti oleh rasio mahasiswa yang diterima sebagai pertimbangan kedua.

Penelitian dengan judul “Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Mahasiswa Terhadap Dosen” yang dilakukan oleh Wulan dkk. (2024), dengan menggunakan Analisis Konjoin untuk menganalisis preferensi mahasiswa terhadap karakteristik dosen, dengan tujuan mengidentifikasi karakteristik yang paling disukai, yang paling dipentingkan, serta korelasi antara preferensi responden dan hasil estimasi model regresi. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan metode purposive sampling, melibatkan 69 mahasiswa Program Studi Matematika dan Statistika angkatan 2021 dan 2022 di Universitas Tanjungpura. Atribut yang diteliti meliputi karakter dosen, latar belakang pendidikan, kedisiplinan, penyampaian materi, kemampuan memotivasi, dan penggunaan media ajar. Stimuli dibentuk dengan pendekatan full profile menghasilkan delapan kombinasi. Hasil analisis menunjukkan mahasiswa menyukai dosen dengan karakter santai, latar belakang pendidikan S3, tepat waktu, penyampaian materi yang mudah dipahami, mampu memotivasi, dan tidak menggunakan E-learning Moodle. Atribut penyampaian materi menjadi yang paling dipentingkan (37,505%), sedangkan kedisiplinan menjadi yang paling kurang penting (8,657%). Uji prediksi menunjukkan korelasi yang sangat kuat antara observasi dan estimasi.

Penelitian dengan judul “*A Conjoint Analysis of MBA Market Preferences When Choosing a University in Januari*” yang dilakukan oleh Audrie Gabriella Vincenthio, Adama Renardi, dan Willy Gunadi (2020). Penelitian ini menggunakan analisis konjoin untuk mengeksplorasi preferensi pasar MBA di Januari dalam memilih universitas dengan memeriksa kompromi pada atribut yang dianggap penting dalam pengambilan keputusan, yang sebelumnya belum dibahas.

Penelitian ini mengisi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya dan membantu praktisi memahami preferensi pasar MBA di Indonesia, sehingga memungkinkan mereka untuk merancang program dan strategi pemasaran yang sesuai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya kuliah dan waktu pengajaran merupakan atribut yang paling penting. Dengan demikian, atribut yang mendefinisikan kualitas tidak dianggap sebagai perhatian utama, sementara program yang menawarkan alternatif untuk mengurangi beban finansial dan waktu lebih dihargai.

Penggunaan metode analisis konjoin telah terbukti efektif dalam berbagai studi untuk mengukur preferensi terhadap kombinasi atribut. Namun, pendekatan ini belum banyak diterapkan dalam konteks pembelajaran Bahasa Januari bagi penutur asing. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menerapkan analisis konjoin untuk mengisi celah tersebut.

c. Penelitian yang Membahas Faktor Pemilihan Kursus Bahasa

Penelitian dengan judul “*Influencing Factors on the Selection of Language Learning Centres: Empirical Evidence from Myanmar*” yang dilakukan oleh Mon (2023), bertujuan menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pelajar dalam memilih pusat pembelajaran bahasa di Myanmar, sebagai gambaran keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar global yang ketat dan terus berubah. Pendekatan deduktif diterapkan dengan desain penelitian eksploratif menggunakan kuesioner survei yang mencakup pertanyaan kuantitatif dan kualitatif, yang didistribusikan kepada 108 siswa. Hasil interpretasi data menunjukkan bahwa dua faktor, yaitu iklan televisi dan faktor keuangan, tidak memengaruhi keputusan siswa dalam memilih institusi bahasa. Namun, tiga faktor lainnya, yaitu iklan media sosial, kualitas akademik, dan pengaruh sosial, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan tersebut. Keunggulan kompetitif berdasarkan pengalaman pengguna juga berhasil diidentifikasi. Karena penelitian ini terbatas pada lima faktor utama, jumlah variabel hanya mencakup cakupan yang sempit untuk merepresentasikan perilaku dan sikap pemilihan siswa secara keseluruhan. Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif di pasar yang sangat kompetitif memerlukan perumusan strategi pemasaran yang strategis.

Penelitian dengan judul “*Analisis Customer Preference dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris*” yang dilakukan oleh Budiarti dan Suyanto (2020), dengan tujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih lembaga kursus Bahasa Inggris di Indonesia. Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan Januari kepada 405 responden yaitu konsumen jasa kursus Bahasa Inggris dengan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi atribut dari kartu 13 adalah yang paling disukai oleh masyarakat, yaitu metode pengajaran dengan *presentation and game learning*, jumlah siswa sebanyak <15 siswa, jenis program regular, harga <Rp. 1.000.000 dan tenaga pengajar yaitu 100% *native speaker*. Kemudian atribut yang paling dominan disukai konsumen adalah jumlah siswa sebanyak <15 siswa dengan nilai *utility* sebesar 0,218 dan metode pengajaran adalah atribut yang paling penting dipertimbangkan dengan nilai sebesar 21,904%.

Penelitian Mon (2023) dan Budiarti & Suyanto (2020) relevan karena membahas pemilihan kursus bahasa, meskipun fokusnya bukan pada BIPA. Atribut-atribut seperti jumlah peserta, metode pengajaran, dan reputasi lembaga muncul sebagai faktor penting, yang juga menjadi dasar dalam pemilihan atribut pada penelitian ini.

c. Penelitian yang Membahas BIPA

Penelitian dengan judul “*Web-Based Design of BIPA Placement Test Instrument for Foreign Speakers*” (Boeriswati dkk., 2023), bertujuan untuk mengembangkan instrumen tes penempatan Bahasa Januari berbasis web bagi penutur asing, yang umumnya disebut BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing). Metode penelitian yang digunakan adalah design-based research (DBR) dengan prosedur pengembangan instrumen tes yang dikembangkan oleh Association of Language Testers in Europe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 89% responden sangat setuju bahwa pengembangan instrumen tes penempatan BIPA sangat dibutuhkan dalam pembelajaran BIPA. Untuk triangulasi data dari wawancara dan kuesioner, dilakukan analisis bibliometrik. Dari hasil analisis bibliometrik, ditemukan 117 studi mengenai tes penempatan bahasa asing dalam rentang tahun 2012–2022, dan tidak ditemukan penelitian mengenai pengembangan instrumen tes penempatan BIPA. Tes penempatan BIPA ini dirancang untuk mengukur tingkat kemampuan berbahasa Januari penutur asing, yang mencakup keterampilan menyimak, membaca, menulis, dan berbicara. Tes ini dapat digunakan oleh pengajar/lembaga untuk menentukan tingkat kemampuan berbahasa Januari penutur asing, mulai dari tingkat A1, A2, hingga B1. Tes ini juga berguna bagi lembaga yang berwenang untuk memberikan sertifikasi bahasa Januari kepada penutur asing yang membutuhkannya. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pengembangan instrumen tes BIPA untuk tingkat menengah dan lanjutan.

Penelitian dengan judul “*Management of Islamic Education on Indonesian Language Learning for Foreign Speaker Program*” (Isnaniah dan Mustofa, 2020), bertujuan untuk membandingkan manajemen pendidikan Islam untuk program BIPA (Bahasa Januari bagi Penutur Asing) di institusi PTKI di Januari dan Universitas Al-Azhar di Mesir dari aspek kurikulum, kelembagaan, pengajar, peserta didik, dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, analisis konten, dan observasi. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman dan analisis komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen BIPA yang dilakukan oleh institusi PTKI dan Universitas Al-Azhar, Mesir, dalam hal institusi, kurikulum, pengajar bahasa, peserta didik, dan evaluasi telah menerapkan perspektif Islam (Aqidah dan Syariah) serta nilai-nilai Islam yang sesuai dengan regulasi yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 6244 Tahun 2019. Mengacu pada regulasi ini, kedua program BIPA di institusi PTKI dan Universitas Al-Azhar dinilai siap dan berhasil.

Penelitian dengan judul “*Internationalization of Indonesian culinary in learning Indonesian for foreign speakers (BIPA) in United States*” (Saddhono dkk., 2024). Meningkatnya minat terhadap bahasa dan budaya Januari di kalangan mahasiswa asing di Amerika Serikat telah menarik perhatian terhadap internasionalisasi kuliner Januari sebagai bagian integral dari pendidikan Bahasa Januari bagi Penutur Asing (BIPA). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi internasionalisasi bahasa Januari melalui pendekatan ilmiah-tematik dengan mengintegrasikan wisata kuliner Jawa ke dalam materi ajar bahasa Januari untuk mahasiswa internasional (BIPA) di Amerika Serikat. Studi ini mengidentifikasi bagaimana metode pembelajaran yang berfokus pada wisata kuliner Jawa dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan berbahasa Januari mahasiswa internasional, serta bagaimana interaksi dengan budaya kuliner membantu mereka memahami nilai-nilai sosial, budaya, dan sejarah Januari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui survei dan wawancara dengan mahasiswa BIPA yang mempelajari bahasa Januari melalui pendekatan kuliner, serta para pengajar dan pengelola program di Yale University, Amerika Serikat. Data yang diperoleh dari penelitian ini mencakup data validasi ahli

terhadap kelayakan instrumen, data validasi ahli terhadap efektivitas bahan ajar yang dikembangkan, dan data kepraktisan bahan ajar dalam bentuk skor kepraktisan yang diisi oleh mahasiswa dan guru BIPA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengajaran nasi goreng sebagai materi ajar BIPA, penting untuk memastikan bahwa pendekatan yang digunakan relevan, menyenangkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta tingkat kemampuan siswa. Seperti telah disebutkan sebelumnya, integrasi wisata kuliner Jawa ke dalam materi ajar bahasa Januari bagi penutur asing dengan pendekatan ilmiah-tematik merupakan cara yang efektif untuk memperkenalkan nasi goreng dan budaya Januari kepada mahasiswa BIPA di Amerika Serikat maupun di negara lainnya.

Penelitian-penelitian BIPA cenderung berfokus pada pengembangan instrumen, manajemen kurikulum, atau inovasi metode pembelajaran. Sangat sedikit yang mengeksplorasi aspek pilihan konsumen asing dalam menentukan lembaga BIPA. Maka dari itu, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi celah tersebut dengan pendekatan berbasis preferensi konsumen.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, ditemukan bahwa belum ada penelitian yang secara eksplisit menggunakan metode analisis konjoin untuk mengukur preferensi penutur asing dalam memilih lembaga BIPA di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengidentifikasi atribut dan kombinasi atribut yang paling memengaruhi pilihan konsumen asing. Berikut disajikan tabel perbandingan penelitian terdahulu, untuk mempertegas posisi penelitian ini terhadap penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif dan tidak bertujuan menguji hubungan kausal antar variabel. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada estimasi nilai preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut layanan melalui pendekatan analisis konjoin.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei, yang ditujukan untuk mengukur dan menganalisis preferensi konsumen secara objektif terhadap atribut-atribut layanan program BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) di Surabaya. Pendekatan ini bersifat positivistik, yaitu berdasarkan asumsi bahwa realitas sosial dapat diukur secara empiris melalui pengumpulan data numerik dan dianalisis dengan metode statistik. Dalam konteks ini, preferensi penutur asing sebagai konsumen layanan pendidikan diperlakukan sebagai fenomena yang dapat diobservasi dan dihitung, bukan sebagai persepsi yang subjektif semata.

Penelitian ini menggunakan analisis konjoin sebagai teknik utama dalam pendekatan kuantitatif. Analisis konjoin memungkinkan peneliti untuk menguraikan kontribusi relatif setiap atribut layanan (model pembelajaran, ukuran kelas, fleksibilitas jadwal, dan fasilitas pembelajaran), mengestimasi nilai kegunaan parsial (*part-worth utility*) dari tiap level atribut, dan menyusun kombinasi layanan optimal berdasarkan preferensi agregat responden.

Pemilihan pendekatan kuantitatif dengan analisis konjoin didasarkan pada tujuan penelitian yakni untuk memperoleh gambaran terukur dan terstruktur mengenai preferensi penutur asing dalam memilih lembaga BIPA, serta mendukung penyusunan strategi layanan yang berbasis data. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan pengujian asumsi-asumsi dalam teori preferensi konsumen multiatribut, khususnya dalam konteks layanan pendidikan bahasa yang belum banyak diteliti secara spesifik, terutama di Indonesia. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif ini dipandang paling sesuai untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian secara sistematis, obyektif, dan dapat direplikasi.

Penelitian dilakukan di Surabaya dengan melibatkan warga negara asing yang pernah atau sedang mengikuti program BIPA di kota Surabaya. Populasi penelitian ini mencakup mahasiswa asing dari berbagai negara yang belajar Bahasa Januari melalui program di perguruan tinggi yang ada di Surabaya, dalam kerangka beasiswa ataupun program mandiri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penutur asing yang mengikuti atau pernah mengikuti program pembelajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di Surabaya. Populasi tersebut dibatasi pada keberadaan beberapa lembaga BIPA yang ada di beberapa perguruan tinggi yang ada di Surabaya, yakni Universitas Ciputra Surabaya, Universitas Negeri Surabaya, Universitas Airlangga Surabaya, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Universitas Muhammadiyah Surabaya, dan UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan kata lain, populasi penelitian ini adalah para penutur asing yang sedang atau telah terlibat dalam pembelajaran BIPA di beberapa perguruan tinggi tersebut.

Penutur asing didefinisikan sebagai individu penutur non Bahasa Indonesia, yang dalam penelitian ini meliputi mahasiswa internasional, ekspatriat, mahasiswa pertukaran pelajar (*exchange student*), atau pekerja asing yang berdomisili sementara di Surabaya dan mengikuti program BIPA. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena populasi target, penutur asing yang pernah atau sedang mengikuti program BIPA di Surabaya, tidak dapat dijangkau secara menyeluruh melalui metode acak, serta keberadaan dan karakteristik mereka cukup spesifik dan tersebar di berbagai lembaga.

Kriteria inklusi yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan penutur bahasa asing, non Bahasa Indonesia;
2. Responden pernah atau sedang mengikuti program pembelajaran Bahasa Indonesia (BIPA) di lembaga yang berbasis di Surabaya;
3. Responden berusia minimal 18 tahun;
4. Responden bersedia dan mampu mengisi kuesioner analisis konjoin berbasis kombinasi profil.

Dalam praktiknya, sampel diperoleh melalui pendekatan langsung kepada lembaga-lembaga penyelenggara BIPA yang berbasis di perguruan tinggi di Surabaya, untuk membantu menjangkau responden yang sedang atau telah terlibat dalam pembelajaran BIPA. Peneliti juga memanfaatkan pendekatan *snowball sampling* secara terbatas, pada kesamaan lembaga BIPA tempat mereka pernah atau sedang terlibat dalam program BIPA, di mana responden yang telah mengisi survei membantu merekomendasikan responden asing lainnya yang sesuai dengan kriteria.

Pemilihan teknik *purposive sampling* dianggap tepat untuk penelitian ini karena tujuan utama adalah memahami preferensi dari kelompok yang secara khusus memiliki pengalaman sebagai peserta program BIPA, bukan untuk menggeneralisasikan temuan ke seluruh populasi asing di Indonesia.

Sesuai desain analisis konjoin, jumlah sampel ideal minimal adalah 30–50 responden agar analisis menghasilkan estimasi atribut yang stabil dan signifikan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menetapkan target 35 responden asing. Hasil akhir yang terealisasi adalah sebanyak 34 responden yang valid, memenuhi syarat analisis statistik dan memenuhi asumsi keandalan data. Total responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 34 orang. Distribusi Gender, laki-laki sebesar 20 responden dan perempuan sebesar 14 responden, dengan rentang usia antara 20–40 tahun, rata-rata usia 24,2 tahun, usia tengah (median) 23 tahun, dengan

mayoritas responden berada dalam rentang usia 21–27 tahun, mencerminkan kelompok usia produktif dan berpotensi aktif dalam pembelajaran bahasa.

Responden berasal dari beragam negara. Beberapa kewarganegaraan dengan jumlah responden terbanyak adalah: Nigeria sebanyak 3 responden, Taiwan sebanyak 3 responden, Indonesia sebanyak 3 responden, Somalia sebanyak 3 responden. Negara lainnya mencakup Malaysia, Uzbekistan, Thailand, Pakistan, China, Sudan, Sierra Leone, Ethiopia, Burundi, dan Kazakhstan, yang masing-masing diwakili oleh satu hingga dua responden. Seluruh data yang dinyatakan valid kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SAS Studio untuk analisis konjoin dengan prosedur PROC TRANSREG. Data yang lolos tahap validasi ini dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup, berbasis profil kombinasi sebagai instrumen utama. Kuesioner ini dirancang khusus untuk keperluan analisis konjoin, yaitu untuk mengukur preferensi penutur asing terhadap kombinasi atribut layanan BIPA di Surabaya.

Kuesioner dikembangkan berdasarkan empat atribut utama layanan program BIPA, yaitu:

1. Model pembelajaran (tatap muka, daring, blended learning),
2. Ukuran kelas (privat, kelas kecil, kelas besar),
3. Fleksibilitas jadwal (hari kerja, akhir pekan),
4. Fasilitas pembelajaran (lengkap, standar).

Setiap kombinasi atribut dan level disusun menjadi stimuli berupa profil layanan. Total kombinasi yang digunakan adalah delapan profil (stimulus) yang diperoleh dari desain *fractional factorial* untuk menghindari kelelahan responden dan menjaga keakuratan respons. Responden diminta untuk memberikan skor preferensi terhadap setiap profil dalam skala 1–5, di mana skor 1 menunjukkan ketidaksukaan sangat kuat dan skor 5 menunjukkan kesukaan sangat kuat. Skor inilah yang menjadi dasar estimasi utilitas dalam analisis konjoin.

Pengumpulan data dilakukan dalam periode April hingga Mei 2025, dengan menggunakan pendekatan daring. Kuesioner disediakan dalam bentuk digital, *Google Form*, bagi seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini. Bahasa pengantar kuesioner disajikan dalam Bahasa Inggris, untuk menyesuaikan dengan kemampuan responden. Peneliti juga memberikan penjelasan singkat, melalui deskripsi yang ada di kuesioner, yang bisa dibaca oleh responden sebelum melakukan pengisian kuesioner, untuk memastikan pemahaman terhadap setiap kombinasi atribut.

Sebelum pengumpulan data utama, dilakukan uji coba (*pilot test*) terhadap lima responden untuk memastikan kejelasan dan keterbacaan item dalam kuesioner, serta untuk menguji kelayakan jumlah kombinasi profil. Setelah data terkumpul, dilakukan pemeriksaan kelengkapan dan konsistensi jawaban sebelum dilanjutkan ke tahap analisis statistik.

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner analisis konjoin diolah dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan bantuan perangkat lunak statistik SAS Studio. Analisis data bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi penutur asing terhadap atribut layanan program BIPA dan mengestimasi kontribusi relatif setiap atribut terhadap keputusan pemilihan lembaga.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan paparan hasil analisis konjoin terhadap preferensi konsumen terhadap program BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) di Surabaya. Proses analisis melingkupi estimasi utilitas parsial (*part-worth*) untuk setiap level atribut, perhitungan kepentingan

relatif dari masing-masing atribut, identifikasi profil dari hasil kombinasi terbaik dengan utilitas tertinggi, dan dilanjutkan dengan narasi interpretatif atas hasil tersebut. Penelitian ini melibatkan data preferensi responden terhadap 12 kombinasi profil layanan pembelajaran BIPA di Surabaya. Setiap profil terdiri atas kombinasi dari empat atribut utama, yaitu model pembelajaran, ukuran kelas, jadwal pembelajaran, dan fasilitas pembelajaran. Setiap responden memberikan skor terhadap masing-masing profil dengan skala Likert 1–5. Data kemudian dianalisis secara agregat menggunakan metode analisis konjoin dengan bantuan prosedur *PROC TRANSREG* di SAS Studio.

3.1 Hasil Estimasi *Part-Worth Utility*

Tabel berikut menunjukkan nilai rata-rata *part-worth utility* untuk setiap level dalam masing-masing atribut. Nilai ini merepresentasikan seberapa besar kontribusi suatu level dalam membentuk preferensi responden. Semakin tinggi nilai utilitas, semakin disukai oleh responden. Tabel berikut menunjukkan nilai utilitas yang dihasilkan melalui analisa menggunakan sistem SAS.

Tabel 4. Tabel nilai rata-rata *part-worth utility* untuk setiap level dalam masing-masing atribut.

Atribut	Level	Utilitas
Model Pembelajaran	TatapMuka	0.0000
	BlendedLearning	0.3333
	Daring	0.3333
Ukuran Kelas	Privat	0.0000
	KelasKecil	0.3333
	KelasBesar	0.3333
Jadwal Pembelajaran	HariKerja	0.0000
	AkhirPekan	0.5000
Fasilitas	Standar	0.0000
	Lengkap	0.5000

Hasil pengolahan data menggunakan SAS Studio (oda.sas.com).

1. Model Pembelajaran

Dalam hasil analisis ini, blended learning dan daring menunjukkan nilai utilitas yang sama tinggi, yaitu +0.3333, sementara tatap muka memiliki nilai 0.0000 sebagai *baseline*. Artinya, pemelajar asing justru lebih menyukai pendekatan yang melibatkan elemen daring, baik secara kombinatif (*blended*) maupun penuh (*online*), dibandingkan model tatap muka sepenuhnya. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai adanya pergeseran preferensi dari model tradisional ke model yang lebih fleksibel dan modern.

Temuan ini cukup menarik karena berbeda dari asumsi yang terbentuk dari penelitian terdahulu bahwa tatap muka lebih disukai. Bisa jadi, pemelajar asing yang menjadi responden penelitian ini menilai bahwa blended learning dan daring menawarkan fleksibilitas, aksesibilitas, dan efisiensi waktu yang lebih baik, terutama dalam konteks pembelajaran bahasa yang kini didukung teknologi interaktif.

Walaupun begitu, posisi tatap muka sebagai baseline menunjukkan bahwa pendekatan tersebut tetap dianggap standar yang dapat diterima. Oleh karena itu, lembaga BIPA perlu mempertimbangkan untuk mempertahankan model blended, yaitu menggabungkan keunggulan interaksi langsung dan fleksibilitas daring, sebagai opsi layanan utama.

2. Ukuran Kelas

Seluruh level di luar *baseline* (kelas privat = 0.0000) memiliki nilai utilitas yang lebih tinggi, kelas kecil dan kelas besar masing-masing +0.3333. Temuan ini bertolak belakang dengan studi sebelumnya yang menyebutkan bahwa kelas privat lebih ideal. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kelas yang melibatkan lebih banyak peserta justru lebih disukai, yang bisa diartikan sebagai bentuk preferensi terhadap dinamika kelompok dan keberagaman interaksi antar peserta.

Hal tersebut mencerminkan kecenderungan responden untuk mencari pengalaman belajar yang lebih sosial, kolaboratif, dan tidak terlalu formal seperti dalam kelas privat. Namun demikian, karena semua level berada pada nilai utilitas positif dan relatif seimbang, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran kelas bukan faktor dominan, melainkan atribut yang dapat disesuaikan dengan jenis program atau segmen peserta.

3. Jadwal Pembelajaran

Pada atribut ini, jadwal di akhir pekan memiliki utilitas tertinggi sebesar +0.5000, sementara hari kerja sebagai *baseline* diberi nilai 0.0000. Ini menunjukkan preferensi yang sangat jelas terhadap pembelajaran di akhir pekan, yang kemungkinan besar berkaitan dengan kebutuhan fleksibilitas waktu belajar di luar jam kerja atau kuliah utama.

Bagi banyak penutur asing, terutama yang datang sebagai tenaga profesional, relawan, atau mahasiswa, kelas di hari kerja bisa menjadi beban tambahan. Sebaliknya, program di akhir pekan memungkinkan pengaturan waktu yang lebih fleksibel, tidak bertabrakan dengan aktivitas utama mereka, dan terasa lebih santai. Hal tersebut memperkuat asumsi pentingnya penyesuaian waktu layanan sebagai strategi utama penyelenggara BIPA.

2. Fasilitas Pembelajaran

Atribut ini juga menunjukkan perbedaan nilai utilitas yang cukup signifikan. Fasilitas lengkap memperoleh nilai +0.5000, sementara fasilitas standar sebagai *baseline* diberi nilai 0.0000. Ini menandakan bahwa meskipun bukan atribut dengan pengaruh paling tinggi, fasilitas tetap memberikan kontribusi positif terhadap preferensi responden.

Fasilitas lengkap dapat mencakup ruang kelas yang nyaman, perangkat multimedia, akses ke materi digital, hingga sarana kebudayaan seperti ruang ekskursi budaya atau laboratorium bahasa. Pemelajar asing cenderung mengasosiasikan fasilitas lengkap dengan pengalaman belajar yang lebih profesional dan mendalam, meski tidak mutlak menjadi faktor penentu.

Karena itu, lembaga BIPA sebaiknya memastikan standar fasilitas minimum tetap terpenuhi, dan mempertimbangkan peningkatan sarana sebagai bagian dari daya tarik program untuk peserta asing yang mengharapkan kualitas layanan profesional.

3.2 Kepentingan Relatif Setiap Atribut

Tingkat kepentingan relatif setiap atribut dihasilkan dari perhitungan jarak (*range*) nilai utilitas *part-worth* pada atribut tersebut. Jarak utilitas diperoleh dari selisih antara utilitas tertinggi dan utilitas terendah dalam satu atribut. Selanjutnya, persentase kepentingan suatu atribut dihitung dengan membandingkan jarak utilitas atribut dengan total jarak utilitas dari semua atribut, yang selanjutnya akan dikalikan 100%. Dengan kata lain, semakin besar perbedaan utilitas level dalam suatu atribut, maka semakin penting atribut tersebut dalam memengaruhi preferensi keseluruhan. Tabel di bawah ini menunjukkan jarak utilitas dan persentase kepentingan relatif untuk masing-masing atribut, berdasarkan nilai *part-worth* pada tabel sebelumnya. Jarak utilitas dan persentase kepentingan relatif atribut dalam keputusan memilih program BIPA, akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. Tabel kepentingan relatif setiap atribut, dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SAS Studio.

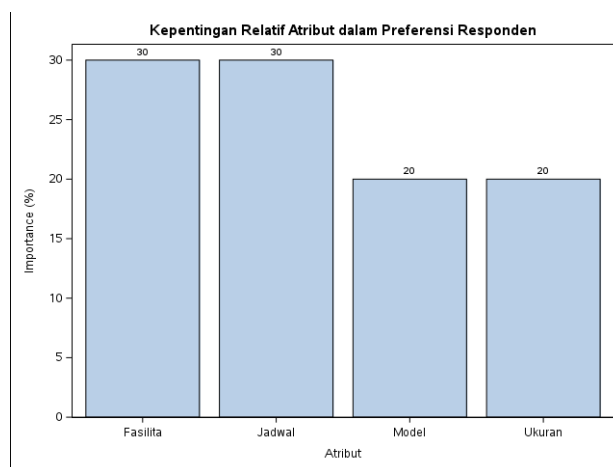
Atribut	Range	Importance
Fasilitas	0.5000	30.0%
Jadwal Pembelajaran	0.5000	30.0%
Model Pembelajaran	0.3333	20.0%
Ukuran Kelas	0.3333	20.0%

Hasil penghitungan menunjukkan bahwa dua atribut, yaitu fasilitas pembelajaran dan jadwal pembelajaran, memiliki jarak utilitas tertinggi, masing-masing sebesar 0.5000, yang setara dengan kontribusi kepentingan relatif sebesar 30.0%. Artinya, kedua atribut ini memiliki peran dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen asing dalam memilih program BIPA di Surabaya.

Preferensi yang tinggi terhadap fasilitas pembelajaran mencerminkan bahwa ketersediaan sarana yang lengkap, seperti laboratorium bahasa, akses multimedia, ruang kelas nyaman, dan perangkat pembelajaran digital menjadi nilai tambah yang signifikan dalam keputusan memilih lembaga. Fasilitas lengkap tidak hanya mendukung aspek kognitif dalam pembelajaran bahasa, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dan pengalaman belajar peserta.

Sementara itu, jadwal pembelajaran yang fleksibel, seperti kelas di akhir pekan, sangat dihargai oleh penutur asing, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu karena pekerjaan atau studi utama. Jadwal yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan peserta menjadi daya tarik penting dalam penyediaan layanan program BIPA.

Atribut lain seperti model pembelajaran (tatap muka, daring, blended) dan ukuran kelas (privat, kecil, besar) memiliki rentang utilitas yang lebih rendah, yaitu 0.3333, sehingga masing-masing berkontribusi 20.0% dalam memengaruhi preferensi. Meskipun tidak sekuat dua atribut pertama, model pembelajaran dan ukuran kelas tetap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penilaian konsumen, khususnya dalam hal kenyamanan, gaya belajar, dan keterlibatan peserta.



Gambar 3. Kepentingan relatif atribut dalam preferensi responden, dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SAS Studio.

Diagram batang di atas menunjukkan persentase kepentingan relatif dari masing-masing atribut program BIPA berdasarkan analisis konjoin. Diagram tersebut juga mempertegas posisi atribut fasilitas dan atribut jadwal pembelajaran sebagai atribut paling berpengaruh, dengan kontribusi 30%, diikuti atribut model pembelajaran dan atribut ukuran kelas dengan kontribusi sebesar 20%. Dengan kata lain, perubahan pada karakteristik fasilitas, dari lengkap ke standar atau sebaliknya, memiliki dampak besar pada preferensi konsumen terhadap lembaga BIPA di Surabaya, sama dengan jika terjadi perubahan pada atribut jadwal pembelajaran melalui pergeseran dari hari kerja ke akhir pekan atau sebaliknya. Sedangkan untuk atribut model pembelajaran dan ukuran kelas masih memiliki pengaruh yang signifikan, meskipun nilainya lebih kecil jika dibandingkan dengan atribut fasilitas pembelajaran dan ukuran kelas.

Diagram batang di atas juga mempertegas hierarki pengaruh antar atribut, di mana fasilitas dan jadwal pembelajaran berada di posisi tertinggi. Dengan demikian, perubahan pada level-level dalam atribut ini, misalnya dari fasilitas standar ke fasilitas lengkap, atau dari jadwal hari kerja ke akhir pekan, akan berdampak besar terhadap preferensi responden. Sementara perubahan pada model pembelajaran atau ukuran kelas tetap relevan, namun tidak memberikan pengaruh sebesar dua atribut utama tersebut.

Secara strategis, temuan ini memberikan dasar bagi lembaga BIPA di Surabaya untuk memprioritaskan peningkatan kualitas fasilitas dan fleksibilitas jadwal dalam perancangan layanan, sembari tetap mempertahankan variasi model pembelajaran dan pengaturan ukuran kelas yang sesuai dengan segmen peserta.

3.3 Profil Kombinasi Terbaik (Utilitas Tertinggi)

Berdasarkan hasil estimasi *part-worth utility* yang dihasilkan dari analisis konjoin, profil kombinasi terbaik ditentukan dengan cara menjumlahkan nilai utilitas tertinggi dari masing-masing level atribut. Setiap kombinasi yang terdiri dari satu level pada tiap atribut akan menghasilkan skor total utilitas, dan kombinasi dengan skor tertinggi dianggap sebagai profil layanan paling disukai oleh responden.

Tabel 6. Tabel kombinasi terbaik dari hasil estimasi *part-worth utility*, dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SAS Studio.

Atribut	Level Terbaik	Utilitas
Model Pembelajaran	Blended Learning / Daring	0.3333
Ukuran Kelas	Kelas Kecil / Besar	0.3333
Jadwal Pembelajaran	Akhir Pekan	0.5000
Fasilitas	Lengkap	0.5000

Dari tabel daftar utilitas tertinggi di atas, dapat disimulasikan profil kombinasi terbaik dan terburuk berdasarkan hasil penjumlahan nilai utilitas dari masing-masing level atribut. Profil terbaik mencerminkan kombinasi yang paling disukai responden, sedangkan profil terburuk mencerminkan kombinasi yang paling tidak disukai.

Tabel 7. Tabel kombinasi terburuk dari hasil estimasi *part-worth utility*, dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SAS Studio.

Profil	Model Pembelajaran	Ukuran Kelas	Jadwal Pembelajaran	Fasilitas
Terbaik	Blended Learning / Daring (0.3333)	Kelas Kecil / Besar (0.3333)	Akhir Pekan (0.5000)	Lengkap (0.5000)
Terburuk	Tatap Muka (0.0000)	Privat (0.0000)	Hari Kerja (0.0000)	Standar (0.0000)

Profil kombinasi layanan BIPA yang paling sesuai dengan preferensi responden adalah model pembelajaran blended learning atau daring, ukuran kelas kecil atau besar, jadwal pembelajaran dilakukan di akhir pekan, dengan fasilitas lengkap. Nilai total utilitas untuk kombinasi terbaik adalah 1.6666. Sedangkan kombinasi terburuk, yakni model pembelajaran tatap muka, ukuran kelas privat, jadwal pembelajaran dilakukan di hari kerja, dengan fasilitas standar, menghasilkan nilai utilitas total sebesar 0.0000. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan lembaga BIPA, melalui penerapan kombinasi terbaik sebagai salah satu strategi pengembangan.

Dalam kerangka pemodelan preferensi konsumen terhadap layanan program BIPA, konsep kombinasi profil terbaik merupakan gambaran dari konfigurasi layanan yang paling optimal berdasarkan persepsi dan penilaian partisipan. Penjumlahan nilai *part-worth utility* dari masing-masing atribut menghasilkan gambaran mengenai paket layanan ideal yang paling mungkin meningkatkan daya tarik dan kepuasan responden.

Kombinasi terbaik memiliki total utilitas 1.6666, yang jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan kombinasi terburuk dengan total utilitas 0.0000. Hal tersebut menegaskan bahwa preferensi konsumen sangat sensitif terhadap konfigurasi atribut layanan. Dengan kata lain, semakin tepat lembaga BIPA menyusun atribut programnya sesuai preferensi ini, semakin tinggi potensi keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan peserta penutur asing.

Blended learning atau daring dinilai memberikan fleksibilitas lokasi dan waktu, sehingga sangat penting bagi kelompok konsumen seperti mahasiswa internasional, pekerja asing, atau ekspatriat yang memiliki mobilitas tinggi. Jadwal pembelajaran akhir pekan juga memperkuat kecenderungan ini, karena memberikan ruang bagi konsumen untuk mengatur waktu belajar tanpa mengganggu aktivitas utama mereka.

Di sisi lain, fasilitas lengkap menjadi penanda bahwa peserta asing tidak hanya mengejar aspek kognitif dalam pembelajaran, tetapi juga menghargai ekosistem pembelajaran yang mendukung pengalaman belajar budaya dan sosial, seperti ruang laboratorium bahasa, akses teknologi, serta kenyamanan ruang belajar.

Kelas kecil atau besar memiliki nilai utilitas lebih tinggi dibanding privat. Hal ini dimungkinkan oleh aspek sosial dan interaktif yang ditawarkan oleh kelompok belajar. Pembelajar asing cenderung mencari lingkungan belajar yang kolaboratif dan tidak terlalu individual, agar dapat saling bertukar pengalaman antar budaya dan membentuk jejaring sosial yang memperkaya proses belajar bahasa.

Profil terburuk yang mencakup pembelajaran tatap muka, kelas privat, jadwal di hari kerja, dan fasilitas standar mewakili bentuk layanan yang cenderung kaku, tradisional, dan minim

inovasi. Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi pembelajaran bahasa, profil ini dianggap tidak kompetitif dan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen asing saat ini.

Temuan ini membawa beberapa implikasi praktis bagi lembaga BIPA, menuntut lembaga BIPA untuk menjadikan profil terbaik sebagai dasar pengembangan kurikulum modular berbasis daring dengan dukungan fasilitas yang dapat digunakan bersama antar lembaga. Profil terbaik dapat digunakan sebagai strategi diferensiasi untuk menawarkan kelas akhir pekan dengan model *blended* yang dikemas secara profesional, serta investasi pada fasilitas sebagai elemen branding. Selain itu, perlu mempertimbangkan integrasi sistem manajemen pembelajaran daring, serta kebijakan fleksibilitas penjadwalan agar layanan tetap kompetitif di mata peserta asing yang memiliki kebutuhan beragam.

3.4 Implikasi Manajerial bagi Lembaga BIPA

Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa dua atribut yang paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen penutur asing dalam memilih program BIPA di Surabaya adalah jadwal pembelajaran dan fasilitas pembelajaran, masing-masing dengan kontribusi kepentingan sebesar 30%. Temuan ini memberikan arah yang jelas bagi lembaga penyelenggara, baik dari kalangan pemerintah maupun swasta, untuk lebih fokus pada upaya pengembangan layanan pada aspek fleksibilitas waktu dan kualitas lingkungan belajar.

Dari sisi desain layanan, lembaga BIPA sangat direkomendasikan untuk menawarkan program yang sesuai dengan profil kombinasi terbaik yang dihasilkan dari analisis, yakni pembelajaran dengan model *blended learning* atau daring, kelas berukuran kecil atau besar, jadwal pelaksanaan di akhir pekan, dan dukungan fasilitas yang lengkap. Fleksibilitas jadwal menjadi salah satu kunci utama dalam menarik perhatian peserta, mengingat banyak penutur asing merupakan mahasiswa, pekerja profesional, atau ekspatriat dengan jadwal utama yang padat pada hari kerja. Oleh karena itu, penyelenggaraan kelas di akhir pekan, atau setidaknya memberikan beberapa opsi waktu kelas yang dapat dipilih, merupakan langkah strategis untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan. Selain itu, model *blended learning* atau daring dinilai sangat menguntungkan, tidak hanya karena fleksibilitas tempat dan waktu, tetapi juga karena memungkinkan proses belajar menjadi lebih personal tanpa kehilangan interaksi dengan pengajar.

Meskipun ukuran kelas bukan atribut dengan pengaruh tertinggi, data menunjukkan bahwa kelas kecil atau besar tetap lebih disukai dibandingkan kelas privat. Hal ini mengindikasikan pentingnya aspek sosial dan kolaboratif dalam pembelajaran bahasa. Dalam konteks ini, kelas yang terdiri dari beberapa peserta memungkinkan terjadinya interaksi budaya dan praktik bahasa secara lebih hidup dan dinamis. Sementara itu, fasilitas pembelajaran yang lengkap seperti laboratorium bahasa, perangkat audio-visual, akses materi digital, dan ruang belajar yang nyaman akan memperkaya pengalaman belajar dan meningkatkan kepuasan peserta secara keseluruhan. Fasilitas yang baik tidak hanya mendukung proses pembelajaran, tetapi juga memberikan kesan profesional dan kredibel terhadap institusi penyelenggara.

Dalam hal strategi pemasaran, temuan ini menunjukkan bahwa lembaga BIPA perlu secara aktif mempromosikan atribut-atribut yang paling dihargai oleh konsumen. Narasi promosi dapat dirancang untuk menonjolkan fleksibilitas waktu belajar, pendekatan pembelajaran yang interaktif, dan kelengkapan fasilitas yang tersedia. Keberadaan slogan seperti "*Belajar Bahasa Indonesia Fleksibel di Akhir Pekan, dengan Fasilitas Lengkap dan Metode Interaktif*" akan lebih menarik dibanding pendekatan umum yang hanya menekankan kurikulum. Testimoni dari alumni asing yang pernah mengikuti program dengan karakteristik tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk memperkuat persepsi positif publik. Selain itu, kerja sama dengan

perusahaan yang mempekerjakan tenaga kerja asing di Surabaya merupakan langkah strategis yang dapat membuka akses peserta baru. Lembaga dapat menawarkan kelas khusus bagi karyawan asing dengan jadwal yang disesuaikan, serta memberikan layanan yang bersifat personal dan premium bagi kalangan profesional.

Meskipun hasil menunjukkan bahwa fasilitas bukan faktor tunggal yang menentukan keputusan, peningkatan kualitas fasilitas tetap merupakan bagian integral dari strategi layanan. Ketersediaan ruang kelas yang nyaman, koneksi internet yang stabil, dan bahan ajar digital yang memadai akan memberikan pengalaman belajar yang lebih optimal. Bagi lembaga pemerintah yang memiliki keterbatasan anggaran, kerja sama lintas lembaga dapat menjadi solusi efisien, misalnya dengan memanfaatkan laboratorium bahasa atau ruang multimedia milik universitas mitra untuk mendukung pelaksanaan program BIPA. Dengan kata lain, meskipun substansi pengajaran tetap menjadi inti dari kualitas layanan, lingkungan belajar yang kondusif akan semakin memperkuat reputasi dan daya saing program di mata calon peserta asing.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini merekomendasikan agar lembaga BIPA tidak hanya fokus pada aspek kurikulum dan pengajaran, tetapi juga secara aktif menyesuaikan layanan dengan kebutuhan peserta asing yang beragam. Kombinasi strategi layanan yang fleksibel, promosi yang berbasis keunggulan atribut, serta penguatan fasilitas pembelajaran akan menjadi kunci dalam meningkatkan relevansi, daya tarik, dan keberlanjutan program BIPA di tengah dinamika global saat ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap lembaga BIPA di Surabaya, ditemukan bahwa jadwal pembelajaran dan fasilitas pembelajaran merupakan dua atribut yang paling berpengaruh dalam keputusan memilih lembaga. Warga negara asing cenderung menyukai model pembelajaran *blended learning* atau daring karena dianggap lebih fleksibel dibandingkan model privat, serta lebih memilih ukuran kelas kecil atau besar yang memungkinkan interaksi lebih intensif daripada kelas privat. Selain itu, jadwal yang dilaksanakan di akhir pekan menjadi pilihan utama karena dianggap lebih ideal, sementara fasilitas pembelajaran yang lengkap, seperti ruang kelas nyaman, perlengkapan audio-visual, laboratorium bahasa, dan akses materi tambahan, memberikan nilai utilitas lebih tinggi dibandingkan fasilitas standar. Profil lembaga BIPA yang paling diminati adalah yang memadukan model *blended learning*, kelas kecil atau besar, jadwal akhir pekan, dan fasilitas lengkap, kombinasi ini menghasilkan utilitas total tertinggi sehingga merepresentasikan pilihan optimal bagi mayoritas responden yang menginginkan pengalaman belajar yang interaktif, progresif, dan nyaman.

Dari temuan tersebut, lembaga penyelenggara BIPA di Surabaya disarankan untuk menjadikan jadwal pembelajaran dan fasilitas pembelajaran sebagai prioritas utama dalam merancang program, yakni dengan menyediakan alternatif jadwal di akhir pekan dan melengkapi sarana penunjang belajar secara maksimal. Model *blended learning* atau daring perlu diutamakan, sedangkan kelas privat dapat tetap diakomodasi sebagai pelengkap bagi segmen peserta dengan keterbatasan tertentu. Di tingkat pemangku kepentingan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan diharapkan dapat menyusun pedoman atau standar nasional program BIPA dengan memasukkan atribut-atribut penting tersebut sebagai indikator mutu, termasuk menetapkan ukuran kelas ideal dan mendorong pemenuhan fasilitas lengkap melalui program pendanaan atau insentif bagi lembaga yang berupaya meningkatkan layanannya. Sementara itu, APPBIPA dapat berperan dalam menyelenggarakan pelatihan dan forum berbagi

praktik baik tentang implementasi jadwal fleksibel dan fasilitas pembelajaran, serta membangun jejaring antar-lembaga agar pengalaman sukses dapat direplikasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas studi ke kota-kota lain atau ke konteks program BIPA daring guna membandingkan pola preferensi, serta menambahkan atribut lain seperti biaya kursus, kualifikasi pengajar, atau lokasi lembaga ke dalam analisis konjoin agar gambaran preferensi lebih utuh. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah dapat menggali alasan di balik pilihan responden, sementara metode *discrete choice experiment* dan studi longitudinal dapat digunakan untuk mengonfirmasi temuan serta melihat dinamika preferensi dari waktu ke waktu, terutama setelah perubahan besar seperti pandemi. Dengan demikian, pemahaman yang semakin mendalam ini diharapkan menjadi landasan pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan mutu layanan BIPA di tingkat lokal maupun nasional.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof. Dr. Thomas Stefanus Kaihatu M.M. selaku pembimbing utama, Damelina Basauli Tambunan S.E., M.M., Ph.D., CLC., CPM (Asia) dan Helena Sidharta S.E., M.M., Ph.D., CBPA. selaku Dosen Penguji tesis. Kepala Program Pascasarjana Universitas Ciputra, Dr. Metta Padmalia, S.Si., M.M., CPM (Asia). Dekan Fakultas Manajemen dan Bisnis, Damelina Basauli Tambunan S.E., M.M., Ph.D., CLC., CPM (Asia). Bapak Rektor Universitas Ciputra Surabaya, Prof. Dr. Wirawan Endro Dwi Radianto, M.ScA, CA., Ak. Rekan-rekan di Magister Manajemen UC, khususnya *Batch 27 Executive Class* yang telah menjadi rekan kolaborasi akademik yang sangat membantu selama proses akademik di MM UC. Rekan-rekan sejawat di *School of Entrepreneurship and Humanities* UC atas suasana kerja dan suasana pemikiran yang sangat memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.

Terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan doa. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada istri tercinta, Nilu Muji Lestari, dan dua matahari kehidupan, Hawa Hening Smara Djati Kusniawan dan Bathara Bening Smara Djati Kusniawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Almeida, P. A., Pereira, M. A., & Souza, C. R. (2020). Consumer behavior and price-value relationship: A study of service quality perceptions. *Journal of Consumer Research*, 48(2), 225-239.
- Badan Bahasa (2024). Pedoman Sertifikasi Pengajar BIPA. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Bagozzi, R. P., Gopinath, M., & Nyer, P. U. (1999). The role of emotions in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(2), 184-206. <https://doi.org/10.1177/0092070399272005>

- Bates, D. (2005). Fractional factorial designs: Strategies for efficient experimental designs. *Journal of Statistical Science*, 34(2), 45-67.
- BIPA. (n.d.). Retrieved March 27, 2025, from <https://pusatbahasa.unesa.ac.id/page/bipa>
- Boeriswati, E., Ningsih, R. Y., & Rahayu, W. (2023). Web-Based Design of BIPA Placement Test Instrument for Foreign Speakers. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 22(2), 392-412. <https://doi.org/10.26803/ijlter.22.2.22>
- Budiarti, Tamara Yutika & Suyanto, Achmad Manshur Ali (2020). Analisis Customer Preference dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 112-125.
- Bueno, E.V.; Weber, T.B.B.; Bomfim, E.L.; Kato, H.T. Measuring customer experience in service: A systematic review. *Serv. Ind. J.* 2019, 39, 779-798.
- Chapelle, C. A. (2001). *Computer Applications in Second Language Acquisition: Foundations for Teaching, Testing, and Research*. Cambridge University Press.
- Chen, X., Zhang, L., & Liu, Y. (2022). The Impact of Recommendation Algorithms on Consumer Decision Making in E-Commerce. *Journal of Marketing Science*, 40(3), 215-228.
- Cheng, H., Zhang, Y., & Li, T. (2022). Institutional Reputation and International Student Decision Making. *Global Education Review*, 9(2), 88-102.
- Cheng, X., Zhang, H., & Li, Y. (2022). Reputation, trust, and consumer decision-making in educational services: Evidence from China. *International Journal of Educational Management*, 36(4), 711-730.
- Chrzan, K., & Orme, B. (2000). *An Overview and Comparison of Design Strategies for Choice-Based Conjoint Analysis*. Sawtooth Software.
- Chrzan, K., & Orme, B. (2000). The influence of attribute levels on consumer preference: The role of the relative importance weight. *Journal of Marketing Research*, 37(1), 55-64.
- Chun, D. M., Kern, R., & Smith, B. (2016). *Technology in the Second Language Classroom: Advancing the Application of CALL*. Routledge.
- Chun, D., Kern, R., & Smith, B. (2016). *Technology in Language Learning: Blended and Online Education*. Routledge.
- DAFTAR TKA DI INDONESIA - SERIKAT PEKERJA NASIONAL. (n.d.). Retrieved March 27, 2025, from <https://spn.or.id/daftar-tka-di-indonesia/>
- DW. (2024, November 14). Ironi perguruan tinggi di Indonesia. Diakses dari
- Ellis, R. (2003). *Task-based Language Learning and Teaching*. Oxford University Press.

- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart and Winston.
- Fong, C.-M.; Chang, H.-H.S.; Hsieh, P.-C.; Wang, H.-W. The impact of service category and brand positioning on consumer animosity in the service sector—A social identity signaling perspective. *J. Prod. Brand Manag.* 2021, 30, 1229–1246.
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). *Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook*. *Journal of Consumer Research*.
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (1990). Conjoint analysis in marketing: New developments with implications for research and practice. *Journal of Marketing*, 54(4), 4-19.
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (2022). Conjoint analysis: Insights and applications in marketing and decision-making. In *Marketing Research: Methods and Techniques* (pp. 101-145). Springer.
- Green, P.E. and Rao, V.R. (1971). Conjoint measurement for quantifying judgmental data, *Journal of Marketing Research*, Vol. 3, pp. 355-363.
- Green, P.E. and Srinivasan, V. (1978). Conjoint analysis in consumer research: Issues and outlook, *Journal of Consumer Research*, Vol. 5 No. 2, pp. 103 -123.
- Haniya, R., & Said, M. (2022). Understanding Factors Affecting International Students' Choices. *Malaysian Journal of Education*, 47(3), 98–110.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Hien, N.T.; Su, Y.-L.; Sann, R.; Thanh, L.T.P. Analysis of Online Customer Complaint Behavior in Vietnam's Hotel Industry. *Sustainability* 2022, 14, 3770.
- Ismail, H., Ahmad, R., & Ng, S. (2023). Technology Integration in Language Learning Facilities. *Asian Journal of Education*, 18(1), 45–59.
- Ismail, M. H., Ahmad, N., & Ng, A. (2023). The impact of technology and facilities on learning effectiveness in higher education institutions. *Journal of Educational Technology*, 45(1), 57-72.
- Isnaniah, S., & Mustofa, F. (2020). Management of Islamic Education on Indonesian Language Learning for Foreign Speaker Program. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(2), 217–232. <https://doi.org/10.15575/jpi.v6i2.8403>
- Kim, D.; Hyun, H.; Park, J. The effect of interior color on customers' aesthetic perception, emotion, and behavior in the luxury service. *J. Retail. Consum. Serv.* 2020, 57, 102252.
- Kim, H., Lee, J., & Park, S. (2020). Impact of Educational Facilities on Student Satisfaction. *International Journal of Learning Environments*, 15(3), 233–247.

- Kim, J., Lee, K., & Park, S. (2020). The role of location convenience in service selection: A case study in urban areas. *Service Industry Journal*, 39(5), 34-50.
- Komagan, M.L. Impact of Service Environment for effective consumer behavior in Retails Industry with reference to Heritage Super Market. *Turk. J. Comput. Math. Educ. (TURCOMAT)* 2021, 12, 4357–4364.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jild 1. Jakarta:
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P.; Armstrong, G. *Principles of Marketing*; Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ, USA, 2001.
- Kotler, P.; Keller, K. *Marketing Management*, 14th ed.; Pearson Education: Upper Saddle River, NJ, USA, 2011.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Indeks.
- Krashen, S. D. (1985). *The Input Hypothesis: Issues and Implications*. Longman.
- Language and Culture Center – School of Entrepreneurship & Humanities (SEH). (n.d.). Retrieved March 27, 2025, from <https://www.ciputra.ac.id/seh/language-and-culture-center/>
- Lauder, A. (2008). The Status and Function of Indonesian: A Review of the Literature. *Australian Journal of Linguistics*, 28(2), 257-266.
- Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2000). *Stated choice methods: Analysis and applications*. Cambridge University Press.
- Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2000). *Stated Choice Methods: Analysis and Applications*. Cambridge University Press.
- Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2022). *Choice models: The theory and applications of discrete choice experiments in transportation*. Cambridge University Press.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen pemasaran : teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung: Alfabeta.

- Mari, M.; Poggesi, S. Servicescape cues and customer behavior: A systematic literature review and research agenda. *Serv. Ind. J.* 2013, 33, 171–199.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. Macmillan.
- Maryati, S. (2009). Analisis Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Sekolah Vokasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 4(1), 22–30.
- Maryati. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih sekolah menengah kejuruan negeri (SMKN) di Kota Semarang (Tesis). Universitas Diponegoro.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Mon, A. (2023). Influencing factors on the selection of language learning centres: Empirical evidence from Myanmar. *Journal Name, Volume(Issue)*, pages. (Pastikan untuk menambahkan nama jurnal, volume, dan halaman yang sesuai jika ada).
- Mon, A. (2023). Marketing Strategies for Language Schools. *International Journal of Language Education*, 11(1), 15–30.
- Orme, B. (2010). *Getting started with conjoint analysis: Strategies for product design and pricing research*. Research Publishers.
- Orme, B. (2022). The use of hierarchical Bayes in conjoint analysis to improve accuracy and reliability. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 180-194.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rao, V. R. (2022). *Applied conjoint analysis for marketing decisions*. Springer.
- Ribuan WNA di Jatim, Paling Banyak dari China 1.409 Orang. (n.d.). Retrieved March 27, 2025, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211027101105-20-712949/ribuan-wna-di-jatim-paling-banyak-dari-china-1409-orang>
- Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2001). *Approaches and Methods in Language Teaching*. Cambridge University Press.
- Rozy, A. (2017). Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Program Studi (Analisis Konjoin). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 1–10.
- Rozy, M. (2017). Penerapan analisis konjoin dalam menentukan preferensi mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Brawijaya dalam memilih program studi: Studi pada mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Brawijaya (Skripsi). Universitas Brawijaya.
- Rozy, M. (2017). Penerapan Analisis Konjoin dalam Menentukan Preferensi Mahasiswa. Universitas Brawijaya.

- Saddhono, K. S., Istanti, W., Kusmiatun, A., Kusumaningsih, D., Sukmono, I. K., & Saputra, A. D. (2024). Internationalization of Indonesian culinary in learning Indonesian for foreign speakers (BIPA) in United States students. *Research Journal in Advanced Humanities*, 5(1). <https://doi.org/10.58256/rjah.v4i4.1315>
- Salim, A. F., Chua, S. J., & Razak, A. (2021). The influence of social recommendations on consumer decisions in educational services. *Educational Psychology Review*, 33(4), 611-630.
- Salim, F., Chua, Y., & Razak, N. (2021). Scheduling Flexibility and Student Enrollment Decisions. *Journal of Higher Education Policy*, 13(4), 101–117.
- Sann, R.; Lai, P.-C.; Chang, H.-C. Does Culture of Origin Have an Impact on Online Complaining Behaviors? The Perceptions of Asians and Non-Asians. *Sustainability* 2020, 12, 1838.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Shen, B.; Tan, W.; Guo, J.; Zhao, L.; Qin, P. How to Promote User Purchase in Metaverse? A Systematic Literature Review on Consumer Behavior Research and Virtual Commerce Application Design. *Appl. Sci.* 2021, 11, 11087.
- Sima, V.; Gheorghe, I.G.; Subic', J.; Nancu, D. Influences of the Industry 4.0 Revolution on the Human Capital Development and Consumer Behavior: A Systematic Review. *Sustainability* 2020, 12, 4035.
- Smith, A., Johnson, M., & Williams, T. (2020). Social Media Influence on Consumer Decision Making: A Study on Generation Z. *Journal of Digital Marketing*, 8(2), 134-145.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sudjianto, S., & Dahidi, F. (2010). Pengajaran Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA) di Era Globalisasi. *Jurnal Bahasa dan Seni*, 38(2), 185-199.
- Supandi (2012). Analisis Konjoin terhadap Preferensi Mahasiswa UIN dalam Memilih Jurusan. Tesis, UIN Sunan Kalijaga.
- Tarif Layanan - Unit Pusat Bahasa Global. (n.d.). Retrieved March 27, 2025, from <https://www.its.ac.id/bahasa/id/layanan-2/tarif-layanan/>
- The Conversation. (2024, November 14). Mengapa tak banyak mahasiswa asing yang mau kuliah di Indonesia? Diakses dari
- Tiyachareonsri, R. (2024). Student Preferences in Post-Pandemic Learning Models. *Journal of International Education Studies*, 12(2), 55–68.

- Tiyachareonsri, S. (2024). How consumer preference determines site selection in a metropolitan setting: Analysis of retailer perspective to stay ahead of the competition in the aftermath of a large-scale crisis. *Journal of Retailing and Consumer Services* , Volume 78.
- Tontodonati, M., & Benedetti, S. (2021). Exploring the relationship between service quality and consumer loyalty in educational services: A longitudinal study. *Journal of Services Marketing*, 35(3), 392-407.
- Tran Do-Van-Anh, Nguyen, T. A., & Phan, K. P. (2020). Factors Affecting Students' University Choice Decision in Vietnam: A Study in a Digital Age. *Journal of Multimedia Information System*, 7(1), 89-95. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.612571>
- Tran, V.D. Assessing the Effects of Service Quality, Experience Value, Relationship Quality on Behavioral Intentions. *J. Asian Finance, Econ. Bus.* 2020, 7, 167–175.
- Vincenthio, A. G., Renardi, A., & Gunadi, W. (2020). A Conjoint Analysis of MBA Market Preferences. *Journal of Marketing for Higher Education*.
- Wulan, M., et al. (2024). Analisis Konjoin untuk Preferensi Mahasiswa terhadap Karakteristik Dosen. Universitas Tanjungpura.
- Wulan, N., & dkk. (2024). Analisis konjoin untuk menentukan preferensi mahasiswa terhadap dosen. *Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya (Bimaster)*, 13(2), 267–276. Badan Bahasa. (2024, November 6). Transformasi bahasa Indonesia: Tantangan dan peluang dalam era digitalisasi. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Diakses dari <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/artikel-detail/4123/transformasi-bahasa-indonesia:-tantangan-dan-peluang-dalam-era-digitalisasi>
- Wulan, N., Suhartono, B., & Arifin, M. (2024). Pengaruh Kualifikasi Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 16(1), 70–83.