



Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Promosi Pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru Malaysia

Ezah Fatmatius¹, Minnah el Widdah², Edy Kusnadi³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

E-mail: ezahfatmatussaruroh@gmail.com

Article Info	Abstract
<p>Article History Received: 2024-06-23 Revised: 2024-07-21 Published: 2024-08-03</p> <p>Keywords: <i>Strategy;</i> <i>Principal;</i> <i>Education Promotion.</i></p>	<p>This research aims to: 1) analyze the importance of promoting education in Johor Bahru Indonesian Schools, 2) what the school principal's strategy is in increasing education promotion, and 3) what are the supporting and inhibiting factors for school principals in increasing education promotion in Johor Indonesian Schools. Bahru. This research uses a qualitative approach with descriptive methods, the subjects in this research are the principal of the Johor Bahru Indonesian School, Public Relations and students/guardians. Data collection techniques used observation, interviews and documentation, determining research subjects used purposive sampling technique. The findings in the field show that 1) it is important to promote education in SIJB because there are still 1,190 out of 1,597 children of school age who have not been accommodated in SIJB, information about education services has not been delivered optimally and effectively, there is a lack of interest and concern from parents regarding children's education. -his son. 2) strategies carried out by school principals include improving the quality of SIJB, establishing relationships and cooperation, socialization and personal approaches, participating in various activities, competitions and events, promotions through online-based media. 3) supporting factors in increasing education promotion are the background of the school principal, the quality of human resources at SIJB, social media and support from Indonesian organizations or communities in Malaysia. Meanwhile, the inhibiting factors are the lack of interest and concern of parents towards their children's education as well as the background and identity of almost all of the students being illegal, the distribution of school age children far from school and the infrastructure which cannot accommodate many students.</p>
<p>Artikel Info</p> <p>Sejarah Artikel Diterima: 2024-06-23 Direvisi: 2024-07-21 Dipublikasi: 2024-08-03</p> <p>Kata kunci: <i>Strategi;</i> <i>Kepala Sekolah;</i> <i>Promosi Pendidikan.</i></p>	<p>Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis tentang penting untuk dilakukan promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru 2) apa saja faktor pendukung dan penghambat kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru, dan 3) bagaimana strategi kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, subjek dalam penelitian ini adalah kepala Sekolah Indonesia Johor Bahru, humas dan murid/wali murid. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>. Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa 1) penting dilakukan promosi pendidikan di SIJB karena masih ada 1.190 dari 1.597 anak usia sekolah yang belum tertampung di SIJB, informasi tentang layanan pendidikan belum tersampaikan secara optimal dan efektif, kurangnya minat dan kepedulian orang tua terhadap pendidikan anak-anaknya. 2) faktor pendukung dalam meningkatkan promosi pendidikan adalah latar belakang kepala sekolah, kualitas SDM di SIJB, media sosial dan dukungan dari organisasi atau komunitas Indonesia di Malaysia. Faktor penghambatnya adalah kurangnya minat dan kepedulian orang tua terhadap pendidikan anaknya serta latar belakang dan identitas siswa yang hampir keseluruhan adalah illegal, sebaran anak-anak usia sekolah yang jauh dari sekolah dan sarana prasarana yang belum dapat menampung banyak peserta didik. 3) strategi yang dilakukan kepala sekolah antara lain adalah meningkatkan kualitas SIJB, menjalin relasi dan kerja sama, sosialisasi dan pendekatan personal, mengikuti berbagai kegiatan, lomba dan <i>event</i>, promosi melalui media berbasis online.</p>

I. PENDAHULUAN

Pendidikan menjadi salah satu hal yang sangat krusial bahkan menjadi suatu kebutuhan dalam kehidupan terutama untuk melahirkan generasi

yang mumpuni demi menciptakan peradaban yang baik. Pendidikan menjadi ujung tombak dalam membentuk manusia yang maju dan berkarakter, sehingga manusia yang berarakter

dan berkualitas akan terbentuk dari suatu proses pendidikan yang baik, maka dari itu menjadi alasan mengapa setiap orang terkhususnya warga negara Indonesia memiliki hak untuk mendapatkan pendidikan. Karena untuk melihat suatu negara itu berkualitas dapat dilihat dari pendidikan manusia di negara tersebut. Sebagaimana firman Allah dalam Al Qur'an juga dijelaskan pentingnya pendidikan yaitu:

...يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ...
"Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara mu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat". (QS. Al Mujadalah:11)."

Pendidikan bukan segala-galanya, tetapi pendidikan dapat meningkatkan martabat suatu negara. Ada banyak peraturan di Indonesia yang mengatur tentang hak warga negara untuk mendapatkan pendidikan. Pada hakikatnya untuk meningkatkan pendidikan tentunya tidak terlepas dari strategi pengembangan yang digunakan. Strategi merupakan tugas puncak dari pada sebuah manajemen dan memiliki dampak yang sangat besar terhadap suatu organisasi dalam memberikan arahan, tujuan serta misi dalam membuat setiap keputusan. Strategi adalah rangkaian rencana yang memadukan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan dan tindakan-tindakan suatu organisasi. Tidak hanya itu, strategi juga mencakup tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sekolah Indonesia Johor Bahru atau biasa disingkat dengan nama SIJB merupakan suatu Lembaga Pendidikan formal yang memberikan Pendidikan formal pada tingkat SD (Sekolah Dasar) dan SMP (Sekolah Menengah Pertama). Sekolah ini berada di Malaysia tepatnya di wilayah Johor Bahru dan menginduk kepada Sekolah Indonesia Kuala Lumpur (SIKL). Lokasi sekolah ini dapat dikategorikan sebagai lokasi yang strategis karena letaknya yang berada di kota wilayah Johor Bahru dan sangat dekat dengan pusat perekonomian.

Sekolah ini didirikan pada tahun 2015 tepatnya berada di belakang Gedung Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) yang mana alasan utama berdirinya sekolah tersebut berangkat dari keadaan anak-anak Indonesia yang tinggal di Malaysia namun belum mendapatkan pendidikan layaknya anak-anak di Indonesia pada umumnya. Hal tersebut disebabkan mereka yang tidak memiliki dokumen dikarenakan orang tua mereka yang merupakan pekerja migran Indonesia, sehingga para WNI

yang menjadi migran gelap dan memiliki anak yang lahir di negara Jiran tersebut tidak dapat merasakan pendidikan yang layak disebabkan hambatan ketidakmilikan dokumen.

Alasan lain dari berdirinya sekolah tersebut juga dikarenakan sebagian kecil masyarakat Indonesia yang memiliki kontrak kerja yang legal di Malaysia tepatnya wilayah Johor Bahru. Hal tersebut mengharuskan orang tua membawa anak-anak mereka untuk tinggal bersama di Malaysia. Dikarenakan jumlah WNI sebagai pekerja migran Indonesia sangat banyak di wilayah Johor Bahru khususnya, maka Sekolah Indonesia Johor Bahru juga terus memiliki peserta didik baru setiap tahunnya.

Selain itu, jika diselaraskan dengan hadits Nabi SAW yang mana menganjurkan bagi para orang tua untuk memberikan pendidikan yang terbaik bagi anak-anak serta keturunan mereka, maka Sekolah Indonesia Johor Bahru dapat menjadi solusi bagi para orang tua untuk mengamalkan nilai dan kandungan dari hadits tersebut. Adapun dalam hadits tersebut Nabi Muhammad SAW bersabda:

مَا نَحَلَ وَالِدٌ وَوَلَدًا مِنْ نَحْلٍ أَفْضَلَ مِنْ آدَبٍ حَسَنٍ

"Tiada suatu pemberian yang lebih utama dari orang tua kepada anaknya selain pendidikan/adab yang baik". (HR. Al Hakim:7679).

Lembaga pendidikan ini melaksanakan berbagai rangkaian proses dan juga program pendidikan yang serupa dengan pelaksanaan pendidikan di Indonesia pada umumnya mulai dari kegiatan kurikuler serta ekstrakurikuler dan program lainnya yang didesign untuk mendukung serta mewujudkan tujuan pendidikan nasional seperti kegiatan wajib yaitu pramuka dan TPA, selain itu peserta didik juga diberikan pilihan untuk mengeksplor minat dan bakatnya di bidang olahraga, seni, *sains club*, serta bidang lensa ceraka (*photography, videography*, dan menulis). Pembayaran uang sekolah atau SPP di SIJB tentu tidak dilakukan pemungutan biaya atau karena sekolah berada dibawah kemandikbud. Adapun tanggungan biaya hanya dilakukan untuk buku LKS, seragam dan lain sejenisnya.

Validasi dapat dilakukan dengan adanya data yang peneliti dapatkan terkait jumlah siswa tingkat SD di SIJB yaitu berjumlah 179 (81 siswa laki-laki dan 98 siswi perempuan), sedangkan data anak usia sekolah yang tergolong illegal menurut KJRI Johor Bahru adalah sekitar 500-1.000 anak. Persentasenya hanya sekitar 18%-28% anak-anak PMI yang mendapatkan

pendidikan. Peneliti menyimpulkan bahwa informasi terkait Sekolah Indonesia Johor Bahru (SIJB) belum sepenuhnya tersampaikan oleh masyarakat Indonesia yang ada di wilayah Johor Bahru.

Peneliti juga melakukan observasi kepada pihak SIJB terkait upaya yang sudah dilakukan, dan faktanya kepala sekolah beserta KJRI Johor Bahru telah melaksanakan berbagai upaya untuk memberikan layanan pendidikan kepada anak-anak PMI di wilayah Johor Bahru dan juga beberapa negeri di semenanjung Malaysia, yaitu dengan membuat kebijakan untuk menjalin relasi atau mitra kerja dengan berbagai pihak. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Untari Narulita Madyar Dewi, mahasiswi pasca sarjana UMY konsentrasi bidang Hubungan Internasional. Adapun temuan dari kebijakan KJRI untuk pendidikan anak-anak Indonesia adalah dengan melakukan kerja sama dengan tokoh-tokoh masyarakat dan juga diaspora Indonesia untuk mendirikan ICC (*Indonesian Community Center*) di Muar, Johor Bahru yang dikonsepsi salah satunya untuk kepentingan *education*. Selain itu juga KJRI Johor Bahru juga melakukan mitra kerja dengan PERMAI (Persatuan Masyarakat Indonesia) untuk mendirikan ICC di wilayah Pahang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Promosi Pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru Malaysia"

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, subjek dalam penelitian ini adalah kepala Sekolah Indonesia Johor Bahru, humas dan murid/wali murid. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, uji keterpercayaan data menggunakan tri angulasi data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian penulis selama di lokasi penelitian sudah dipaparkan berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Maka sebagai bentuk tindakan selanjutnya perlu dilakukan analisis data berdasarkan data-data yang sudah didapatkan baik dari wawancara, observasi

ataupun dokumentasi. Berikut merupakan analisis hasil penelitian oleh penulis yang dikategorikan berdasarkan pertanyaan dari penelitian ini.

1. Pentingnya Promosi Pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru

Temuan dan fakta-fakta yang penulis dapatkan di lapangan, dapat ditarik analisisnya mengapa promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru (SIJB) perlu dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi adalah karena masih ada 1.190 dari 1.597 anak usia sekolah berdasarkan siji kelahiran yang tercatat, dan 1.190 anak-anak itu belum tertampung di SIJB. Kemudian hal ini juga dikarenakan informasi tentang keberadaan SIJB belum sepenuhnya diketahui oleh masyarakat Indonesia yang berada di Malaysia. Jika merujuk kepada wawancara dan pengamatan yang kedua, penulis melihat adanya keinginan dan pengetahuan orang tua tentang adanya SIJB, namun mereka beranggapan bahwa untuk dapat sekolah di SIJB harus memiliki dokumen untuk melengkapi persyaratan administrasi layaknya sekolah-sekolah di Indonesia. Dengan demikian penulis menganalisis bahwa sebenarnya mereka memiliki keinginan hanya saja belum mengetahui secara rinci dan lebih dalam tentang SIJB, padahal fakta tentang adanya SIJB adalah menjadi solusi untuk anak-anak Indonesia yang minim identitas dan berada di Malaysia agar tetap bisa mendapatkan hak pendidikannya.

Penyebab lainnya mengapa promosi pendidikan di SIJB adalah hal yang *urgent* untuk dilakukan adalah karena tingkat pemahaman dan kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan untuk anak-anak mereka sebagai generasi muda. *Mindset* orang tua yang beranggapan bahwa sukses atau berhasil adalah ketika anak-anaknya mampu menghasilkan uang sendiri walaupun tidak sekolah, menjadikan para orang tua enggan untuk memberi pendidikan dan mengorbankan finansialnya untuk kebutuhan Pendidikan anak. Sehingga dengan demikian, seberapa besar pun promosi yang dilakukan oleh SIJB, tidak akan berpengaruh jika doktrin dan *mindset* orang tua yang seperti itu tidak terlebih dahulu diubah. Maka untuk memperbaiki atau mengatasi permasalahan tersebut, pihak SIJB juga berupaya terus menerus merubah pemikiran tersebut sembari melakukan promosi pendidikan, dan hal tersebut direalisasikan dalam bentuk

strategi-strategi kepala sekolah yang akan dipaparkan pada point selanjutnya.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Meningkatkan Promosi Pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru

Segala hal apapun yang dilakukan tentu tidak akan terlepas dari adanya faktor pendukung dan juga faktor penghambat, termasuk ketika kepala SIJB melaksanakan strateginya untuk meningkatkan promosi pendidikan. Temuan-temuan yang penulis terkait hal tersebut pun sudah dipaparkan dan disajikan pada bab penyajian data. Maka untuk langkah selanjutnya perlu dilakukan analisis data terkait apa-apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan.

Faktor pendukung dapat dianalisis melalui temuan-temuan dan fakta di lapangan yaitu pertama adalah *background* kepala sekolah yang mana sudah memiliki karir dan mengabdikan sebagai ASN Menteri Luar Negeri selama puluhan tahun di luar negeri tepatnya di Malaysia. Hal tersebut menjadikan kepala sekolah dengan mudah beradaptasi, berkomunikasi dan menghadapi dinamika politik, sosial dan pendidikan di Malaysia. Kepala sekolah termasuk orang yang komunikatif sehingga beliau mampu merangkul instansi dan lembaga-lembaga pendidikan khususnya di Malaysia sebagai bentuk kerja sama dan relasi yang mana dapat menjadi jembatan atau salah satu cara mempromosikan dan meningkatkan eksistensi SIJB walaupun sekolah tersebut tidak berdiri di tanah air Indonesia.

Kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) para guru dan tendik di SIJB dikategorikan baik bahkan terbilang unggul, menjadi salah satu faktor pendukung kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan. SDM yang memang langsung direkrut oleh Kemendikbud dan mengabdikan di luar negeri adalah orang-orang pilihan dengan latar belakang yang tentu tidak diragukan karena akan disiapkan untuk mengabdikan untuk Indonesia walaupun berada di luar negeri yang pastinya lebih banyak tantangannya. Didorong dengan kemampuan komunikatif kepala sekolah serta kemampuan menciptakan kerja sama tim yang baik, menjadikan perpaduan yang luar biasa untuk bersama mewujudkan visi dan tujuan terutama dalam meningkatkan

promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru.

Adanya media sosial tentu tidak dapat dielakkan bahwa kehadirannya membawa dampak positif dan negative, tergantung bagaimana kita menyikapinya. Sebagaimana SIJB dan para jajarannya memanfaatkan media sosial sebagai peluang bagi mereka untuk mempromosikan dan memperkenalkan layanan pendidikan di SIJB bagi anak-anak para PMI. Pemanfaatan sosial media tidak hanya menggunakan Instagram dan facebook melainkan juga dengan grup whatsapp yang penyebaran informasinya tentu akan lebih tertutup dan tidak semua dapat menerima info tersebut sehingga akan lebih aman dan melindungi identitas para siswa di SIJB.

Dukungan merupakan salah satu bentuk motivasi yang didapatkan dari eksternal, segala sesuatu baik itu kegiatan ataupun perilaku yang didorong dengan dukungan dari eksternal akan jauh lebih efektif dan mudah untuk dilakukan. Begitupun dengan SIJB yang mendapat dukungan dari berbagai pihak eksternal dalam mensosialisasikan dan mempromosikan SIJB. Tentu hal ini menjadi salah satu faktor pendukung juga bagi SIJB dalam melakukan promosi pendidikan. Dukungan yang diberikan pun bukan semata-mata hanya datang begitu saja melainkan juga tentunya terdapat relasi dan hubungan baik yang telah dirintis oleh sekolah dengan berbagai pihak sebelumnya.

Setiap ada faktor pendukung tentu ada faktor penghambat yang menjadi pemicu belum maksimalnya promosi pendidikan yang telah dilakukan. Diantara faktor penghambat tersebut ialah hampir seluruh siswa termasuk wali muridnya yang miskin identitas dalam tanda kutip adalah illegal, tentu menjadikan SIJB tidak leluasa bergerak terutama dalam hal promosi pendidikan, maka jelas saja jika strategi periklanan atau promosi berbasis digital tidak dapat dilakukan secara maksimal, karena mengingat keselamatan dan perlindungan anak-anak tersebut yang tentu juga ikut terancam bila mana banyak info yang diterima oleh penduduk Malaysia terutama. Sedangkan kita mengetahui bersama bahwa peran digital atau teknologi di era saat ini sangatlah besar dalam menyebarkan informasi.

Di sisi lain, kesadaran orang tua juga menjadi pemicu utama mengapa anak-anak Indonesia usia sekolah, belum bisa mendapatkan hak pendidikan nya. *Mindset*

orang tua adalah bahwa kesuksesan itu adalah ketika yang muda sudah bisa menghasilkan uang sehingga mereka memilih mempekerjakan anak nya dari pada harus sekolah yang tentu nya akan mengeluarkan biaya yang lebih. Ini menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi dalam melakukan promosi. Seperti yang kita ketahui Bersama bahwa terdapat beberapa point yang mempengaruhi promosi termasuk promosi pendidikan, seperti yang dipaparkan dalam buku karya Sopiah. Berikut hal yang mempengaruhi promosi yaitu:

a) Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual.

b) Kondisi pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis, pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c) Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan. Misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melakukan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

Pada point 2 tentang kondisi pasar, dipaparkan bahwa keinginan Masyarakat juga sangat berpengaruh, karena usaha yang besar pun akan bernilai nihil jika Masyarakat tidak memiliki keinginan. Sebaran dan para tempat tinggal para PMI yang berada di setiap titik wilayah Johor terkhusus bagi yang memiliki anak usia sekolah, mulai dari yang tinggal di bandaraya hingga perkebunan dan tidak semua jarak dari rumah mereka ke SIJB itu dekat, mengingat juga wilayah Johor yang cukup luas dan menjadikan mereka mempertimbangkan banyak hal untuk itu.

Sarana dan prasarana juga menjadi salah satu faktor penghambat dalam melakukan promosi pendidikan, karena sejatinya sarana

dan prasarana juga menjadi penunjang dalam proses pendidikan. Para orang tua juga inisiatif untuk membantu sekolah dengan iuran untuk mensukseskan proses belajar mengajar di SIJB. Jika sarana dan prasarananya tidak cukup, maka bagaimana suatu sekolah akan menampung peserta didik dengan kapasitas yang lebih banyak. Namun sebenarnya SIJB sendiri sudah terus berbenah dalam meningkatkan sarana dan prasarana menjadi lebih layak yang pada awalnya ruang kelas dibuat dari kontainer, kini kelas-kelas sudah berdiri dengan bangunan yang layak.

3. Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Promosi Pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru

Untuk melakukan analisis data terkait apa-apa saja strategi kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan, maka penulis melakukan perbandingan berdasarkan teori dan fakta yang terjadi di lapangan. Adapun teori yang penulis jadikan sebagai rujukan dalam hal ini adalah teori milik Kotler dan Armstrong tentang bauran promosi. Adapun analisis terkait strategi apa-apa saja yang dilakukan oleh kepala sekolah guna meningkatkan promosi pendidikan di SIJB adalah:

a) Meningkatkan kualitas sekolah

Melihat kualitas dari suatu sekolah, dapat dengan mudah dilihat melalui akreditasi nya. Karena nilai akreditasi sudah mencakup secara komprehensif tentang kualitas suatu sekolah. Akreditasi merupakan salah satu bentuk dari penjaminan mutu pendidikan, yang dilakukan untuk mendapatkan pengakuan kelayakan lembaga dan program pendidikan sesuai dengan instrument atau ketentuan yang berlaku dan sudah ditentukan oleh pemerintah. Akreditasi juga dilakukan dengan prinsip untuk memberi informasi kelayakan dan kepuasan kepada pihak pengguna jasa seperti orang tua, masyarakat dan lain sebagainya.

Upaya atau bentuk strategi yang dilakukan oleh SIJB dengan melakukan akreditasi sudah merupakan langkah awal yang baik untuk menunjukkan sebagai sekolah yang diakui dan memiliki nilai yang tentu nya juga resmi. Dengan ini pula, menjadi awal baik untuk memperluas promosi dan eksistensi SIJB sebagai lembaga pendidikan walaupun tidak berada di negara atau tanah air sendiri.

Karena pada dasarnya Masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan menginginkan pendidikan yang diakui dan memiliki akuntabilitas sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas atau *value* yang dimiliki SIJB.

Tidak hanya itu, dengan adanya akreditasi sekolah dapat menjadikan SIJB memiliki citra yang baik bahwa SIJB merupakan lembaga pendidikan yang menyediakan jasa dengan produk yang baik. Konsep produk dalam dunia pendidikan terbagi menjadi berbagai jasa yaitu kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan terbagi lagi atas jasa kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler, dan administrasi. Maka sudah seharusnya produk yang diberikan sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan serta kebutuhan masyarakat, dan hal baiknya adalah SIJB telah melakukan hal tersebut..

b) Membentuk struktur Lembaga

Sekolah Indonesia Johor Bahru merupakan lembaga pendidikan Indonesia yang mendapat izin untuk melaksanakan program pendidikan di negara Malaysia, yang tentunya SIJB ini merupakan sekolah atau lembaga pendidikan formal dan berbeda dengan lembaga pendidikan non formal lain yang juga ada di bagian negara Malaysia lainnya seperti sanggar belajar non formal atau bimbel dan lain sejenisnya. Dengan demikian sudah seharusnya SIJB membentuk struktur lembaga untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Gunanya adalah dengan adanya divisi-divisi atau bidang lain dapat membantu kepala sekolah dalam menjalankan tugasnya, mengingat kepala sekolah sudah pasti tidak bisa melakukan segala hal sendiri dan tidak bisa *handle* secara keseluruhan di SIJB tanpa adanya bantuan dari staf dan pihak-pihak internal lainnya.

Hal demikian termasuk dalam pelayanan yang diberikan SIJB oleh para murid dan wali murid sebagai pengguna jasa, sebagai contoh adanya divisi Pandawa maka secara tidak langsung memberikan layanan tambahan kepada pengguna jasa dalam hal administrasi dan lain sejenisnya. Karena pada dasarnya, pelayanan memiliki makna suatu aktivitas atau serangkaian kegiatan yang bersifat tidak abstrak ataupun kasat mata (tidak

dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pengguna jasa dengan karyawan dari suatu lembaga atau perusahaan dan hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan dan memberi solusi terhadap yang dimiliki oleh permasalahan konsumen/pelanggan. Adapun dalil Al Qur'an yang menjelaskan tentang konsep pelayanan yaitu dalam QS. Al Hasyr ayat 9:

وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُجْزَوْنَ
مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً
مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ
خَصَاصَةٌ ۗ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ

“Dan orang-orang yang Telah menempati kota Madinah dan Telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka (Anshor) 'mencintai' orang yang berhijrah kepada mereka (Muhajirin). dan mereka (Anshor) tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin); dan mereka mengutamakan (orang-orang Muhajirin), atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka dalam kesusahan. dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka Itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Al Hasyr:9)”

Tujuan dari organisasi harus dapat diterima oleh seluruh pihak internal organisasi atau lembaga tersebut. Maka dengan itu diperlukan adanya kesatuan arah, kesatuan perintah keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab, pembagian dan pemberian tugas, pola organisasi yang harus relative, jaminan akan jabatan yang diemban, pemberian *reward* yang sesuai dengan usaha atau jasa yang sudah dilakukan, serta pembagian tugas yang sesuai dengan bakat dan kemampuan setiap orang.

Kepala sekolah sudah melakukan hal yang tepat untuk mewujudkan dan menjalankan roda lembaga SIJB termasuk untuk mempromosikan pendidikan di SIJB dengan membentuk struktur organisasi. Pemberian tugas pun disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian setiap orang, termasuk dengan terbentuknya humas dan juga komite sekolah yang sudah sangat sesuai dengan bidang keahliannya

sehingga sangat memberi kontribusi dalam mempromosikan pendidikan di SIJB.

c) Membangun relasi

Hubungan relasi dalam hal apapun sangat dibutuhkan termasuk dalam kegiatan promosi dan salah satunya promosi di lembaga pendidikan atau sekolah. Dalam buku Danang Sunyoto dijelaskan bahwa hubungan atau relasi yang harus dibangun bukan sekedar hubungan antara pihak pemilik jasa dan pengguna jasa, melainkan juga hubungan dengan kepentingan publik dan instansi atau lembaga yang lebih besar.

Relasi atau hubungan masyarakat juga dilakukan oleh kepala sekolah beserta para jajarannya SIJB guna meningkatkan promosi pendidikan. Hubungan yang dibangun dengan berbagai pihak juga sangat baik dan tidak hanya sekedar relasi dengan masyarakat dan wali murid, melainkan mulai dari hubungan dengan berbagai instansi atau lembaga di Indonesia ataupun di Malaysia. Dengan adanya hubungan yang baik antara SIJB dengan berbagai pihak eksternal tentu saja menjadi peluang untuk meningkatkan eksistensi sekolah sehingga informasi tentang adanya pelayanan pendidikan di SIJB akan tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat Indonesia terkhusus yang memiliki anak usia sekolah.

d) Mengadakan sosialisasi

Kegiatan sosialisasi diawali terlebih dahulu dengan pendekatan kepada masyarakat Indonesia melalui bantuan komite sekolah beserta wali murid karena mereka yang hidup langsung dan dekat dengan para masyarakat Indonesia di Malaysia. Sosialisasi juga tidak langsung mengarahkan masyarakat atau para orang tua untuk memberikan pendidikan dengan mendaftarkan anaknya ke Sekolah Indonesia Johor Bahru (SIJB), melainkan dengan memberi doktrin dan kesadaran diri kepada para orang tua dan juga anak-anak tentang pentingnya pendidikan. Salah satu website yang menuliskan berita tentang sosialisasi yang dilakukan oleh bagian Penerangan Sosial dan Budaya sekaligus Plh Kepala SIJB bapak Mohamad Rizali Noor yang bernama "jempol padu" yaitu <https://www.jpnn.com/news/kjri-johor-bahru-luncurkan-operasi-jempol-padu-100-wni-didatangi>. Dalam sosialisasi

tersebut, beliau menghimbau kepada seluruh WNI yang memiliki anak dan belum memiliki siji kelahiran agar segera mengurus ke KJRI Johor Bahru supaya nantinya anak-anak tersebut dapat mendaftar di Sekolah Indonesia Johor Bahru (SIJB) yang mana SIJB merupakan sekolah yang didirikan untuk anak-anak PMI yang ada di Malaysia terkhusus kawasan Johor Bahru.

Berbanding lurus dengan pernyataan David dalam mempromosikan lembaga atau jasa pendidikan, di mana konsepnya harus memiliki 3 dasar yaitu konsumen harus memiliki rasa keinginan dan kebutuhan terhadap pendidikan yang ditawarkan, pendekatan dengan Masyarakat untuk dapat mengembangkan organisasi, mewujudkan tujuan lembaga dengan memberi kepuasan terhadap pengguna jasa. Dengan mengadakan sosialisasi kepada WNI yang memiliki anak usia sekolah, maka perlahan akan membangun dan meningkatkan kesadaran para orang tua tentang kebutuhan pendidikan bagi anak-anak mereka.

Jika dikategorikan dalam teori bauran promosi, maka sosialisasi termasuk dalam *personal selling* atau penjualan pribadi dalam konteks pendidikan.

Personal selling atau dalam hal ini dilakukan dengan sosialisasi memiliki beberapa fungsi yang mengarah ke arah positif dalam meningkatkan promosi di SIJB, fungsi-fungsi tersebut adalah:

- 1) *Prospecting*, yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan para pengguna jasa.
- 2) *Targeting*, yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjualan demi pembeli
- 3) *Communicating*, yaitu memberi informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan
- 4) *Selling*, yakni melakukan pendekatan, memperestasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, dan menjual produk atau jasa kepada pelanggan dan konsumen.
- 5) *Servicing*, yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.
- 6) *Allocating*, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju.

Setelah dipaparkan dan di analisis, maka upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah untuk melakukan penjualan

pribadi atau penjualan jasa secara langsung sudah sangat baik yang mana dilakukan dengan pendekatan dan memberi pemahaman tentang urgensi pendidikan terlebih dahulu.

e) Ikut serta dalam kegiatan *event*

Hal yang juga diperlukan untuk memicu minat siswa untuk menggunakan suatu jasa pendidikan tertentu yaitu salah satunya dengan mengadakan atau ikut serta kegiatan *pers*, *event*, pekan raya kegiatan, perlombaan antar sekolah atau kegiatan pameran lainnya. Dengan dilakukan kegiatan tersebut maka menjadi salah satu cara untuk bisa memperbaiki citra dan opini publik terhadap sekolah menjadi lebih positif, kemudian masyarakat juga semakin mengetahui informasi dan nilai atau *value* dari lembaga pendidikan tersebut.

Sekolah Indonesia Johor Bahru juga telah melakukan hal yang serupa berdasarkan temuan di lapangan. Berbagai kegiatan pameran, acara sekolah lain, *event* peringatan hari-hari tertentu telah diikuti. Selain untuk memberikan informasi terkait adanya keberadaan dan jasa pendidikan di SIJB kepada publik, hal tersebut juga dilakukan untuk merubah citra SIJB menjadi lebih baik, yang mana notabene nya adalah sekolah untuk anak-anak Indonesia yang tidak memiliki dokumen atau identitas lengkap. Namun dengan mengikut sertakan diri untuk tampil dalam berbagai *event*, pameran kebudayaan bahkan perlombaan antar sekolah di Malaysia menjadikan publik mampu untuk menilai kualitas dan bakat yang dimiliki siswa dan siswi di SIJB kemudian mengesampingkan tentang latar belakangnya. Tidak hanya itu, publik dan Masyarakat yang menyaksikan penampilan atau *show* dari siswa dan siswi SIJB secara sedikit atau banyak akan melakukan promosi melalui *mouth to mouth* (promosi melalui mulut ke mulut antar sesama konsumen).

Pembentukan citra SIJB yang baik amat diperlukan dan dengan adanya berbagai kegiatan *event* dan acara-acara lainnya yang diikuti SIJB dapat membentuk citra publik yang positif terhadap SIJB. Hal tersebut sesuai dengan model pembentukan citra publik pada gambar berikut:



Gambar 1. Model Pembentukan Citra

f) Memanfaatkan teknologi sebagai alat informasi

Suatu lembaga pendidikan harus mampu melakukan komunikasi yang baik dengan berbagai pihak, masyarakat, publik baik itu secara langsung atau melalui *online*. Terutama pada zaman yang semakin maju menjadikan sumber daya manusia pada setiap instansi atau lembaga harus mampu memiliki potensi di bidang teknologi.

Pada era digital seperti sekarang ini, pengguna internet dan web terus mengalami peningkatan, apalagi saat pandemi covid-19 lalu segala bentuk kegiatan mulai dari sektor pendidikan, politik hingga ekonomi dilakukan dengan menggunakan perantara media internet. Seperti pada sektor perdagangan yang semakin banyak menggunakan media digital sebagai sarana memasarkan produk. Media digital yang banyak digunakan oleh suatu usaha tersebut adalah media sosial seperti Facebook, Instaram, Twitter, WhatsApp, dan lain sebagainya. Adapun beberapa alasan yang menjadikan pemilihan media social termasuk alat yang tepat untuk melakukan kegiatan promosi ialah:

- 1) *Accesibility*, kemudahan akses sosial media yang dapat dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja asal ada internet, sosial media juga tidak memerlukan biaya yang besar bahkan adapula yang tanpa biaya sama sekali.
- 2) *Speed*, atau kecepatan, ketika seseorang mengunggah suatu konten, maka konten tersebut akan tersedia bagi semua orang yang berada dalam satu jaringan atau forum.
- 3) *Interactivity*, atau bersifat interaktif. Media sosial memiliki sifat interaktif yang mana pengguna satu dapat berhubungan atau melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya

sehingga membuat interaksi semakin mudah.

- 4) *Longevity*, konten di media sosial tidak mudah terhapus sehingga dapat diakses dalam kurun waktu yang lama.
- 5) *Reach*, media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki sifat tidak terbatas, dan internet dapat menampung segala jenis informasi.

Pada hal pemasaran atau promosi melalui media marketing juga dilakukan walaupun tidak secara terang-terangan melainkan dengan mempublikasikan berbagai kegiatan pendidikan dan pembelajaran sehingga masyarakat dapat mengetahui keberadaan sekolah Indonesia di Johor Bahru. Media yang dipilih oleh humas dalam menyebarkan informasi dan kegiatan pendidikan di SIJB juga sudah tepat yaitu dengan media sosial facebook, Instagram dan juga website, mengingat para WNI terutama para orang tua lebih senang aktif di Facebook.

Sesuai dalam buku Danang Sunyoto dijelaskan bahwa pemilihan media untuk informasi dan promosi haruslah sesuai dengan sifat pasar atau konsumen dalam artian jika sasaran lebih senang aktif di social media maka media promosi yang digunakan adalah sosial media, dan jika sasaran lebih sering dan senang dengan brosur dan lain sejenisnya maka penggunaan medianya adalah brosur dan lain lain. Adapun hal yang perlu untuk penulis sedikit kritisi adalah promosi yang dilakukan dengan publikasi di laman sosial media seharusnya tidak hanya kegiatan belajar mengajar melainkan juga terkait info PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), maksudnya adalah hanya sebatas info tanpa harus menyertakan secara rinci terkait persyaratan atau yang menyatakan bahwa sekolah ini dibuka dan juga menerima siswa yang minim identitas. Dengan adanya info terkait jadwal pendaftaran atau PPDB maka orang tua atau WNI yang memiliki anak usia sekolah dapat bertanya langsung sesuai jadwal pendaftaran yang sudah ditetapkan.

Teori bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong terdapat beberapa indikator yaitu *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan pribadi), *public relations*

(hubungan masyarakat), *direct and digital marketing* (pemasaran digital). Merujuk kepada teori bauran promosi, maka ada 2 indikator dari teori tersebut yang belum dilaksanakan yaitu periklanan dan juga promosi penjualan. Berikut penulis paparkan dalam bentuk table tentang perbandingan antara indikator teori strategi bauran promosi dan strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah di lapangan.

Tabel 1. Perbandingan Promosi Pendidikan (Teori & Fakta di Lapangan)

Teori Strategi Bauran Promosi	Strategi yang Dilakukan
1. <i>Advertising</i> (periklanan)	1. Meningkatkan kualitas sekolah
2. <i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)	2. Menjalin hubungan dan relasi dengan berbagai pihak dan instansi di Indonesia dan Malaysia
3. <i>Personal selling</i> (penjualan pribadi)	3. Membentuk struktur lembaga dan menambah devisa sesuai kebutuhan
4. <i>Public relations</i> (hubungan masyarakat)	4. Penjualan pribadi dengan bentuk sosialisasi dan pendekatan dengan wali murid dan WNI yang memiliki anak usia sekolah
5. <i>Direct and digital marketing</i> (pemasaran digital)	5. Melakukan promosi dengan media <i>online</i>
	6. Mengikuti berbagai event

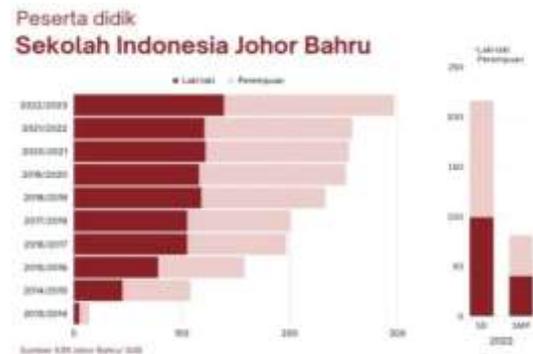
Hal tersebut bukan semata mata tidak ada usaha atau keinginan dari pihak SIJB, melainkan disebabkan oleh ketidakmungkinan sekolah untuk membuat iklan terkait sekolah yang mana hampir seluruh siswa di sekolah tersebut adalah anak-anak yang minim identitas, mengingat salah satu visi sekolah yaitu sebagai wadah perlindungan. Sedangkan jika iklan tetap dilakukan secara luas terhadap khalayak luar, tentu info tersebut juga akan sampai kepada masyarakat Malaysia sehingga dikhawatirkan dapat mengancam keamanan siswa dan anak-anak Indonesia yang minim identitas dan sedang berada di negara Malaysia. Salah satu sikap yang baik dalam melakukan promosi termasuk halnya di sini dalam aspek Pendidikan, hendaknya lembaga atau sekolah memiliki sifat yang merujuk dari sifat Nabi dalam berdagang, diantaranya adalah *siddiq, amanah, tabligh dan fathonah*. Dalam hal ini sekolah sudah menerapkan sifat amanah dengan bertanggungjawab atas segala kegiatan yang dilaksanakan sekolah termasuk melindungi seluruh peserta didik selama berada di sekolah. Dengan adanya berbagai alasan tersebut, maka penulis berada di pihak sekolah dalam hal ini, karena sejatinya anak-

anak tersebut memiliki hak pendidikan dan keamanan, dan apa yang telah dilakukan sekolah tidak bertentangan dengan salah satu visi sekolah yaitu sebagai wadah perlindungan.

Penjualan promosi juga tidak dilakukan oleh sekolah karena dana yang didapatkan sekolah berasal dari pemerintah dan bantuan dari KJRI (Konsulat Jenderal Republik Indonesia) Johor Bahru. Namun walaupun demikian, penulis mengapresiasi segala tindakan atau strategi alternatif yang dilakukan oleh kepala sekolah sebagai ganti dari promosi penjualan yaitu pemberian beasiswa untuk jenjang sekolah menengah atas kepada para siswa yang berprestasi dan melanjutkan pendidikan nya di Tanah Air Indonesia. Dalam hal ini merupakan salah satu dampak positif dari adanya hubungan relasi yang dibangun SIJB dengan instansi atau lembaga pendidikan di Indonesia yaitu organisasi Muhammadiyah.

Pemaparan terkait analisis pada paragraf sebelumnya menjelaskan bahwa terdapat 2 dari 5 strategi bauran promosi yang belum dilakukan. Namun pada faktanya di lapangan, penulis mendapat temuan bahwa kepala sekolah melakukan strategi lainnya selain daripada strategi menurut teori Kotler dan Armstrong. Diantara strategi tersebut adalah meningkatkan kualitas sekolah melalui akreditasi sekolah, membentuk struktur lembaga, membangun kerja sama tim internal, mengikuti berbagai event. Walaupun ada perbedaan antara strategi menurut teori dan fakta di lapangan, namun strategi promosi yang dilakukan SIJB dapat dikategorikan berhasil dan dapat dilihat dari jumlah peserta didik yang terus meningkat setiap tahunnya, hal ini dibuktikan juga dengan adanya grafik siswa SIJB dari tahun 2013/2014-2022/2023 yang dikutip dari Antara News dan bersumber dari data KJRI Johor Bahru. Kemudian untuk ruang kelas hampir memenuhi kuota yang seharusnya sehingga mengharuskan sekolah untuk menambah ruang kelas serta sarana dan prasarana pendidikan di SIJB. Tidak hanya itu, kepala sekolah juga mengeluarkan dan menetapkan kebijakan bahwa yang hanya bisa sekolah di SIJB adalah anak-anak yang hanya lahir di Malaysia dan dibuktikan dengan surat keterangan lahir dari klinik. Hal tersebut disebabkan oleh adanya informasi yang sudah sampai ke berbagai pihak (para PMI) terkait adanya SIJB sebagai lembaga pendidikan yang juga menampung anak-anak

Indonesia untuk tetap bisa sekolah walau kurangnya identitas dan dokumen resmi, justru banyak pekerja migran Indonesia yang sengaja membawa anaknya dari Indonesia ke Malaysia dan disekolahkan di SIJB.



Gambar 2. Jumlah Peserta Didik SIJB
2013/2014-2022/2023

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan di atas, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru perlu dilakukan karena belum semua anak-anak WNI usia sekolah di Johor Bahru mendapatkan pendidikan, hal tersebut dikarenakan masih ada 1.190 dari 1.597 anak usia sekolah di Johor Bahru yang belum tertampung di SIJB. Informasi tentang keberadaan SIJB atau layanan pendidikan untuk anak-anak WNI belum tersampaikan dengan efektif dan optimal.
2. Terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat kepala sekolah dalam meningkatkan promosi pendidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru di antara faktor pendukungnya adalah a) Latar belakang dan pengalaman kepala sekolah. b) Kualitas Sumber Daya Manusia yang baik. c) Adanya media sosial. d) Dukungan dari organisasi/komunitas Indonesia yang ada di Malaysia. Faktor penghambat dalam hal ini adalah a) kemauan atau motivasi dari para orang tua yang masih enggan untuk memberikan pendidikan kepada anak-anaknya b) latar belakang peserta didik di SIJB yang hampir keseluruhan dari mereka tidak memiliki dokumen dan izin tinggal resmi. c) Sebaran anak-anak usia sekolah yang jauh dari SIJB. d) Sarana dan prasarana yang belum bisa menampung banyak peserta didik.
3. Strategi yang dilakukan kepala sekolah untuk meningkatkan promosi pendidikan

di Sekolah Indonesia Johor Bahru diantaranya adalah a) meningkatkan kualitas sekolah b) menjalin relasi dan kerja sama baik sesama instansi di Indonesia dan Malaysia c) sosialisasi dan pendekatan dengan masyarakat WNI terkhusus yang memiliki anak usia sekolah d) mengikuti berbagai kegiatan lomba, *event*, menghadiri acara atau undangan dari sekolah-sekolah di Malaysia e) menyebarkan informasi melalui media sosial.

B. Saran

Merujuk kepada hasil temuan dan penelitian yang telah dipaparkan, maka saran penulis adalah:

1. Kepala Sekolah Indonesia Johor Bahru, agar mempertahankan dan terus meningkatkan kerja sama dan sinergitas dengan berbagai pihak baik internal ataupun eksternal terutama dengan berbagai instansi yang ada di Malaysia.
2. Humas Sekolah Indonesia Johor Bahru, agar dapat mempertahankan strategi promosinya melalui media sosial dan berbasis online dengan aktif dan selalu *update* segala informasi dan kegiatan belajar mengajar walaupun dengan berbagai keterbatasan dan hambatan yang ada.
3. Guru dan tenaga kependidikan di Sekolah Indonesia Johor Bahru, hendaknya terus mempertahankan dan meningkatkan kerja sama tim yang baik. Bersama-sama terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas Sekolah Indonesia Johor Bahru.
4. Wali murid dan siswa Sekolah Indonesia Johor Bahru, agar senantiasa merasa butuh dan memerlukan pendidikan sehingga dapat menjadi motivasi untuk terus belajar dan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

Catherine Allerton. "Invisible Children? Non Recognition, humanitarian blindness and other forms of ignorance in Sabah, Malaysia". *Critique of Anthropology* Vol 40, Issue 4 (December 2020): 455-470. <https://doi.org/10.1177/0308275X20959435>

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/216110/permendikbud-no-19-tahun-2007>, diakses pada 20 Juni 2023

<https://uc.xyz/1jhpHE?pub=link>. Diakses pada Tanggal 5 Januari 2024

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2015/08/mendikbud-resmikan-gedung-sekolah-indonesia-johor-bahru-4489-4489>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2024

Narulita Madyar Dewi Untari. *Kebijakan KJRI Johor Bahru Dalam Mengatasi Permasalahan Pelayanan Pendidikan Bagi Anak-Anak Pekerja Migran Indonesia*. Prosiding Konferensi Nasional ke-7, Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah APPPTMA, 2018.

Sunyoto Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2013