

PEMASARAN DAN BRANDING KELEMBAGAAN PENDIDIKAN ISLAM DI ERA GLOBALISASI: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN

Oleh:

Prof. Dr. Waschudin, MSi

I. Pendahuluan

• A. Latar Belakang

1) Transformasi Pendidikan Islam dalam Menghadapi Era Globalisasi dan Digitalisasi

Pendidikan Islam, sebagai bagian integral dari sistem pendidikan global, kini menghadapi tantangan besar dalam menghadapi era globalisasi dan digitalisasi. Globalisasi telah membawa dampak signifikan pada hampir semua aspek kehidupan, termasuk sektor pendidikan. Dalam konteks pendidikan Islam, perubahan ini tidak hanya mencakup aspek akademik, melainkan juga pada aspek manajerial dalam mengelola dan mengembangkan kelembagaan Pendidikan Islam.

Sebelumnya, lembaga pendidikan Islam seperti pesantren dan madrasah lebih dikenal dengan metode konvensional yang menekankan pada pengajaran agama dan pengembangan moral spiritual. Namun, dalam dunia yang semakin terhubung ini, lembaga pendidikan Islam dituntut untuk mengadopsi teknologi terkini, baik dalam hal metode pengajaran, kurikulum, maupun infrastruktur. Digitalisasi dalam pendidikan membuka peluang baru untuk pembelajaran jarak jauh, penggunaan media sosial untuk interaksi akademik, dan penerapan teknologi dalam setiap aspek operasional lembaga.

Era globalisasi juga membawa arus informasi dan ideologi dari berbagai belahan dunia, yang bisa berdampak pada kualitas dan citra lembaga pendidikan Islam. Fenomena ini, kelembagaan pendidikan Islam perlu melakukan terobosan maupun transformasi kelembagaan yang siap bersaing di era globalisasi ini guna menjawab arus dinamika tuntutan yang serba kompleks; hal ini diharapkan kelembagaan Pendidikan Islam mampu mengurai benang kusut persoalan agar senantiasa relevan dan mampu bersaing dengan kelembagaan pendidikan lainnya yang lebih modern dan berbasis teknologi.

b) Pentingnya Pemasaran dan Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam

Di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia pendidikan, terutama dengan munculnya lembaga-lembaga pendidikan global yang semakin terbuka

untuk ideologi dan teknologi baru, pemasaran dan branding menjadi aspek yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam. Pemasaran pendidikan Islam tidak hanya terbatas pada promosi akademik, tetapi juga mencakup pengenalan nilai-nilai Islam yang menjadi dasar lembaga tersebut.

Pemasaran yang efektif dapat membantu lembaga pendidikan Islam untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat luas, baik calon siswa, orang tua, maupun masyarakat umum. Pemasaran dalam konteks ini bukan hanya sebatas memperkenalkan program akademik, berbasis visi, misi, yang merujuk pada sebuah tataran nilai-nilai Islam sebagai agama rahmatan li al-'alamin bukan rahmatan li al-muslimin semata yang dipegang teguh oleh lembaga, seperti pengembangan karakter yang berlandaskan pada sumber keabadian Islam (Al-Qur'an, Al-Sunnah dan Ijtihad) dalam bingkai maupun paradigma ***Al-Muhafadhatu Alal qadimisholih Wal akhdu biljadidil Ashlah.***

Sementara itu, branding memiliki kata kunci (*Key-World*) sebagai peran strategis dalam membangun citra positif kellembagaan Pendidikan Islam di mata masyarakat. Branding lembaga pendidikan Islam yang jelas, konsisten, dan berbasis pada nilai-nilai agama akan menciptakan persepsi positif dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Sebuah lembaga yang memiliki branding yang kuat akan lebih mudah menarik perhatian calon siswa, serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan orang tua, alumni, dan masyarakat.

Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi ini, penggunaan platform digital untuk pemasaran dan branding menjadi semakin relevan. Website, media sosial, dan pemasaran berbasis konten digital akan berdampak positif baik dalam pencitraan maupun branding kelembagaan pendidikan Islam baik dari sisi manajemen strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmen, serta untuk berkomunikasi dengan para stakeholder secara lebih langsung dan transparan.

II. Konsep Dasar Pemasaran dan Branding

- **A. Pengertian Pemasaran dalam Pendidikan Islam**

Kotler dan Keller (2016) dalam *Marketing Management* mendefinisikan pemasaran sebagai proses merencanakan dan melaksanakan konsep, harga, promosi, dan distribusi ide-ide pendidikan yang dapat memuaskan kebutuhan pasar. Dalam konteks pendidikan, pemasaran tidak hanya tentang menjual program akademik, tetapi juga tentang menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dengan berbagai stakeholder seperti siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Pemasaran dalam pendidikan adalah proses strategis yang melibatkan analisis kebutuhan, penyusunan program yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, serta pengelolaan komunikasi yang efektif.

Dalam konteks pendidikan Islam, pemasaran lebih dari sekadar memperkenalkan lembaga atau program studi. Pemasaran pendidikan Islam juga harus mencakup upaya untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Islam yang mendalam, seperti pembentukan karakter, pengembangan moral dan spiritual, serta upaya mewujudkan generasi yang cerdas sekaligus berbudi pekerti mulia. Pendidikan Islam yang baik tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan siswa yang kompeten secara akademik, tetapi juga mengarahkan mereka untuk menjadi individu yang memiliki karakter kuat, taqwa kepada Allah, dan siap berkontribusi pada masyarakat.

Dengan demikian, pemasaran dalam pendidikan Islam tidak hanya berfokus pada promosi fasilitas dan kurikulum, tetapi juga pada pembangunan citra lembaga sebagai tempat yang mengutamakan pendidikan berbasis akhlakul karimah dalam pembentukan karakter siswa.

Pemasaran pendidikan Islam, sangat penting untuk menekankan kualitas pendidikan yang ditawarkan lembaga. Ini melibatkan upaya untuk meningkatkan kualitas akademik serta fasilitas yang mendukung pembelajaran. Namun, yang tak kalah pentingnya adalah penekanan pada nilai-nilai Islam yang dijadikan barometer dari setiap aktivitas di lembaga pendidikan Islam. Ini bisa mencakup pengajaran tentang akhlak mulia, ibadah yang benar, serta pembelajaran yang mengintegrasikan pengetahuan agama dengan ilmu pengetahuan umum.

Sebagai contoh, lembaga pendidikan Islam dapat mempromosikan kurikulum yang tidak hanya mengajarkan ilmu pengetahuan, tetapi juga mengajarkan cara hidup Islami dalam berinteraksi dengan sesama. Dengan demikian, pemasaran pendidikan Islam harus mencakup aspek moral dan spiritual dari pendidikan tersebut. Fokus pada nilai-nilai agama Islam yang digabungkan dengan kualitas pendidikan yang tinggi akan menjadikan lembaga pendidikan Islam semakin unggul dan relevan, baik di tingkat lokal maupun internasional.

- **B. Pengertian Branding dalam Pendidikan Islam**

Aaker (1996) dalam bukunya *Building Strong Brands* mendefinisikan branding sebagai proses menciptakan identitas yang unik bagi suatu produk atau lembaga, yang membedakannya dari pesaing. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, branding memiliki peranan penting dalam membangun citra lembaga yang kuat dan autentik. Branding bukan hanya soal logo atau simbol visual lainnya, tetapi lebih kepada cara lembaga tersebut dipersepsikan oleh masyarakat dan berbagai stakeholder.

Lembaga pendidikan Islam yang berhasil dalam branding akan membangun identitas yang jelas, mengkomunikasikan keunggulannya dalam hal kualitas akademik, fasilitas, serta nilai-nilai moral dan spiritual yang diajarkan. Branding yang kuat juga membantu lembaga pendidikan Islam dalam menciptakan persepsi positif di benak audiens, sehingga akan menarik minat calon siswa, orang tua, dan

masyarakat pada umumnya. Sebagai contoh, sebuah pesantren yang fokus pada pengajaran akhlak Islami dan pengembangan karakter siswa, sekaligus menyuguhkan fasilitas pendidikan yang modern dan berbasis teknologi, dapat menciptakan branding yang menonjol dan membedakannya dari lembaga lain.

Branding dalam pendidikan Islam berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016), citra lembaga adalah hasil dari persepsi yang terbentuk melalui interaksi dengan berbagai stakeholder. Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana lembaga mengkomunikasikan dirinya dan bagaimana pengalaman yang dirasakan oleh siswa, wali santri, alumni, dan masyarakat pada umumnya.

Dalam konteks kelembagaan pendidikan Islam, branding yang efektif dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas lembaga tersebut. Misalnya, jika suatu lembaga pendidikan Islam memiliki reputasi yang baik dalam mengajarkan ilmu agama yang integratif, mencetak lulusan yang berkarakter baik, dan berhasil menyesuaikan kurikulum dengan perkembangan zaman, maka branding lembaga tersebut akan memberikan dampak positif terhadap citranya. Hal ini akan mengarah pada peningkatan jumlah pendaftaran siswa baru, serta memperkuat hubungan dengan alumni dan masyarakat sekitar.

Branding yang berbasis pada nilai-nilai Islam juga sangat penting dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi. Dengan mengedepankan nilai-nilai agama yang kuat dalam branding mereka, lembaga pendidikan Islam dapat membedakan dirinya dari lembaga pendidikan lain yang mungkin tidak memiliki dasar nilai-nilai agama yang jelas. Dalam dunia yang semakin terbuka dan terhubung, branding kelembagaan Pendidikan Islam yang berbasis religi dimana ruh maupun *spirit* maupun Islam komederenan akan menjadi kekuatan yang memperkuat daya tarik lembaga pendidikan Islam di mata masyarakat.

III. Tantangan dalam Pemasaran dan Branding Lembaga Pendidikan Islam

- **A. Kompetisi di Dunia Pendidikan**

Di era globalisasi dan digitalisasi, persaingan di dunia pendidikan semakin ketat. Lembaga pendidikan Islam tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga pendidikan Islam lainnya, tetapi juga dengan lembaga pendidikan non-Islam, baik yang berbasis nasional maupun internasional. Perbedaan dalam pendekatan kurikulum, fasilitas, dan nilai-nilai yang ditawarkan membuat persaingan semakin kompleks. Lembaga pendidikan non-Islam sering kali memanfaatkan teknologi modern dan metodologi pembelajaran yang lebih dinamis, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi calon siswa.

Hal ini menciptakan tantangan besar bagi lembaga pendidikan Islam untuk tidak hanya meningkatkan kualitas akademik dan infrastruktur, tetapi juga untuk memastikan bahwa mereka tetap setia pada prinsip dasar ajaran Islam yang

membentuk identitas mereka. Lembaga pendidikan Islam harus menghadapi dua tantangan utama: pertama, memastikan kualitas pendidikan mereka sebanding dengan lembaga non-Islam yang lebih modern dan kompetitif; kedua, mempertahankan nilai-nilai agama yang menjadi dasar pendidikan mereka.

Menurut Porter (1985), diferensiasi adalah kunci untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif. Diferensiasi dalam pemasaran pendidikan Islam berarti bahwa lembaga tersebut harus mampu menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam konteks pendidikan Islam, diferensiasi ini tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga pada nilai-nilai Islam yang menjadi ciri khas.

Untuk itu, lembaga pendidikan Islam harus dapat menonjolkan keunggulannya, seperti kurikulum yang mengintegrasikan ilmu agama dan sains modern, pengajaran yang berfokus pada karakter dan akhlak mulia, serta fasilitas yang mendukung pengembangan spiritual dan intelektual. Dengan cara ini, lembaga pendidikan Islam dapat mengidentifikasi diri mereka sebagai tempat pendidikan yang tidak hanya menawarkan ilmu pengetahuan, tetapi juga pembentukan karakter dan keimanan yang kuat.

- **B. Persepsi Negatif terhadap Lembaga Pendidikan Islam**

Diantara tantangan besar yang dihadapi oleh kelembagaan pendidikan Islam adalah adanya persepsi (*stereotif*) negatif dari sebagian masyarakat. Adanya stereotip yang menganggap bahwa lembaga pendidikan Islam hanya fokus pada pengajaran agama semata dan kurang memberikan perhatian pada pendidikan umum atau keterampilan abad ke-21 yang dibutuhkan dalam dunia kerja modern. Persepsi ini sering menyebabkan orang tua enggan menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan Islam, karena khawatir bahwa anak-anak mereka tidak akan mendapatkan pendidikan yang cukup kompetitif dalam bidang akademik atau keterampilan praktis.

Selain itu, kurangnya pemahaman yang jelas tentang kualitas pendidikan Islam dan kurikulum yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga tersebut sering memperburuk citra lembaga pendidikan Islam. Banyak orang yang hanya melihat pendidikan Islam secara terbatas pada pengajaran agama, tanpa melihat adanya integrasi antara ilmu agama dan ilmu umum yang relevan dengan tuntutan zaman.

Membangun citra positif adalah langkah penting dalam mengatasi persepsi negatif ini. Dengan strategi pemasaran yang efektif, lembaga pendidikan Islam dapat mengedukasi masyarakat tentang kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Ini bisa dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi yang transparan dan edukatif, termasuk media sosial, website, dan acara-acara terbuka yang melibatkan masyarakat umum.

Misalnya, dengan menampilkan testimoni alumni yang sukses dalam karir mereka, lembaga pendidikan Islam dapat menunjukkan bahwa mereka mampu

menghasilkan lulusan yang kompeten, tidak hanya dalam bidang agama, tetapi juga di berbagai bidang lainnya. Hal ini akan membantu memperkuat citra positif lembaga dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan.

- **C. Keterbatasan Sumber Daya**

Streotif negatif pada citra kelembagaan Pendidikan Islam merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi lembaga pendidikan Islam dewasa ini; oleh karenanya pola pemasaran akan berbanding lurus oleh branding kelembagaan Pendidikan Islam itu sendiri; akan tetapi fakta yang menjadi momok tidak mengenakan adalah keterbatasan sumber daya, terutama anggaran dan tenaga ahli. Lembaga pendidikan Islam, terutama yang dikelola oleh yayasan atau bersifat non-profit, sering kali menghadapi keterbatasan anggaran yang membuat mereka sulit untuk melakukan pemasaran secara maksimal. Pengeluaran untuk iklan di media massa, pengembangan website profesional, atau pemanfaatan teknologi terbaru sering kali terhambat oleh anggaran yang terbatas.

Selain itu, lembaga pendidikan Islam juga sering kali kekurangan tenaga ahli yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran dan branding modern. Banyak lembaga yang masih mengandalkan staf internal yang mungkin lebih fokus pada aspek akademik dan agama, tanpa memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai dalam mengelola pemasaran digital, media sosial, atau strategi branding yang lebih inovatif.

Di tengah keterbatasan anggaran dan sumber daya, pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital dapat menjadi solusi yang sangat efisien. Dengan menggunakan platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *YouTube* kelembagaan pendidikan Islam dapat dengan mudah diakses oleh audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Pemasaran berbasis konten, seperti artikel, video, dan infografis, juga dapat membantu lembaga dalam mengedukasi masyarakat dan memperkenalkan program-program unggulan mereka.

Selain itu, pemanfaatan SEO (Search Engine Optimization) dan pemasaran berbasis data memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik, seperti calon siswa yang mencari pendidikan berbasis agama, atau orang tua yang tertarik pada pendidikan karakter. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, lembaga pendidikan Islam dapat meningkatkan visibilitasnya dan mengatasi keterbatasan sumber daya dengan cara yang lebih terjangkau dan efektif.

IV. Strategi Pemasaran dan Branding untuk Lembaga Pendidikan Islam

- **A. Branding yang Berfokus pada Nilai-nilai Islam**

Branding lembaga pendidikan Islam harus berfokus pada penguatan dan integrasi nilai-nilai Islam yang menjadi inti dari setiap aspek pendidikan. Nilai-nilai Islam yang mencakup kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, serta komitmen terhadap pengembangan karakter siswa harus dijadikan bagian dari branding yang mencerminkan kualitas pendidikan lembaga. Korthaus & Purnamasari (2019) menyatakan bahwa lembaga pendidikan yang berhasil dalam branding harus mampu mengaitkan nilai-nilai yang diajarkan dengan identitas lembaga yang kuat dan unik.

Kontek kekinian dalam kelembagaan pendidikan Islam tidak hanya mencakup aspek akademik semata; akan tetapi penguatan aspek spiritual, moral, dan social hendaknya berbanding lurus dimana para alumninya bukan hanya cerdas secara akliah semata namun juga cerdas secara sosial. Setiap elemen dalam lembaga pendidikan Islam, mulai dari kurikulum, pengajaran, kegiatan ekstrakurikuler, hingga kebijakan internal, harus mencerminkan dan menguatkan nilai-nilai Islam tersebut. Dengan demikian, lembaga pendidikan Islam dapat menunjukkan komitmen mereka untuk mencetak individu yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga unggul dalam akhlak dan spiritualitas.

Reputasi kelembagaan pendidikan Islam sangat tergantung pada sejauh mana mereka dapat menonjolkan dan memperkuat nilai-nilai agama dalam branding mereka. Ini bukan hanya soal pencitraan atau promosi, tetapi juga konsistensi dalam penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari lembaga tersebut. Menonjolkan nilai-nilai agama yang kuat dalam pemasaran dan branding akan menarik calon siswa yang tidak hanya mencari pendidikan akademik, tetapi juga pendidikan yang menumbuhkan kesadaran spiritual dan moral.

Sebagai contoh, lembaga pendidikan Islam bisa menggunakan materi promosi yang menekankan bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam kurikulum dan kegiatan sehari-hari. Hal ini dapat mencakup pengajaran tentang etika dalam berbisnis, berinteraksi dengan orang lain, serta pengajaran tentang keberagaman dan toleransi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan cara ini, kelembagaan pendidikan Islam dapat membangun reputasi sebagai tempat yang mengedepankan pendidikan berkualitas yang tidak hanya intelektual tetapi juga berbasis nilai agama yang kokoh.

- **B. Pemasaran Melalui Media Sosial dan Digital**

Di era digitalisasi sekarang ini media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan Islam. Platform seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube* akan memberi dampak pada pemasaran maupun branding untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan iklan tradisional. Selain daripada itu penggunaan media sosial dapat membantu lembaga pendidikan Islam memperkenalkan program unggulan mereka, berbagi cerita sukses alumni, atau

mempromosikan kegiatan-kegiatan yang menonjolkan nilai-nilai agama dan akademik.

Sari et al. (2022) mengungkapkan bahwa lembaga pendidikan yang memanfaatkan media sosial secara aktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens, baik calon siswa, orang tua, maupun masyarakat umum. Misalnya, postingan tentang kegiatan keagamaan yang dilakukan di lembaga tersebut, atau pencapaian akademik siswa yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam, akan menarik perhatian masyarakat yang memiliki minat pada pendidikan berbasis agama.

Pemasaran berbasis konten melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang bermanfaat dan relevan untuk audiens. Ini bisa berupa artikel blog, video, podcast, dan materi lainnya yang menyajikan informasi tentang program akademik, kegiatan siswa, atau nilai-nilai Islam yang diajarkan. Pemasaran berbasis konten tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membangun kredibilitas lembaga pendidikan Islam di mata masyarakat.

Konten yang berbasis pada nilai-nilai Islam dapat menunjukkan komitmen lembaga terhadap pengajaran yang berbasis agama, seperti berbagi artikel tentang penerapan pola ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, atau video yang menampilkan pengalaman alumni yang sukses dalam karir berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Hal ini akan memperkuat hubungan antara lembaga dan audiens serta meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga tersebut.

- **C. Diferensiasi dan Positioning Lembaga Islam**

Diferensiasi adalah cara lembaga pendidikan Islam membedakan diri mereka dari pesaingnya, baik di dalam sektor pendidikan Islam itu sendiri maupun di luar sektor tersebut. Lembaga pendidikan Islam dapat melakukan diferensiasi dengan menawarkan program-program spesial yang tidak dimiliki oleh lembaga lain. Misalnya, pesantren akademis yang menekankan pengajaran sains dan teknologi bersama dengan ajaran Islam, pesantren tahfidz yang fokus pada pengajaran dan penghafalan Al-Qur'an, atau pesantren vokasi yang menggabungkan pendidikan agama dengan keterampilan praktis untuk dunia kerja.

Dengan menawarkan keunggulan-keunggulan spesifik ini, lembaga pendidikan Islam dapat menciptakan posisi yang jelas di pasar dan menarik calon siswa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Diferensiasi ini tidak hanya tentang keunikan program akademik, tetapi juga terkait dengan bagaimana lembaga mendidik siswa untuk menjadi pribadi yang unggul dalam berbagai bidang kehidupan.

Setiap lembaga pendidikan Islam perlu mengidentifikasi Unique Selling Proposition (USP) mereka—apa yang membuat mereka unik dan berbeda dari lembaga lainnya. USP ini bisa terkait dengan aspek akademik, seperti program unggulan dalam sains atau teknologi yang disertai dengan nilai-nilai Islam, atau program yang mengedepankan pembentukan karakter berbasis ajaran agama yang kuat.

Dengan menentukan USP yang jelas, lembaga pendidikan Islam dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih terfokus, menunjukkan keunggulan mereka kepada audiens yang lebih spesifik, dan meningkatkan daya tarik mereka di pasar yang semakin kompetitif.

- **D. Kolaborasi dengan Komunitas Islam**

Kolaborasi dengan berbagai tokoh masyarakat, alumni, dan organisasi Islam dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam memperkuat posisi lembaga pendidikan Islam di masyarakat. Tokoh masyarakat yang dihormati dan alumni yang sukses dapat menjadi duta yang membantu dalam mempromosikan lembaga kepada calon siswa dan orang tua mereka. Kerja sama dengan organisasi Islam, seperti ormas atau lembaga-lembaga filantropi, juga dapat membuka peluang untuk pengembangan program-program pendidikan berbasis agama dan sosial.

Kemitraan ini juga dapat memperkuat kredibilitas lembaga dalam hal kontribusinya terhadap pengembangan masyarakat dan umat Islam secara luas, menciptakan kesan bahwa lembaga tersebut memiliki dukungan yang kuat dari berbagai pihak yang memiliki reputasi baik.

Selain kemitraan formal dengan tokoh masyarakat dan organisasi Islam, lembaga pendidikan Islam juga perlu menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat sekitar melalui berbagai kegiatan sosial dan pendidikan. Ini bisa berupa penyelenggaraan acara komunitas, seperti pelatihan keagamaan, seminar tentang perkembangan pendidikan Islam, atau kegiatan sosial lainnya yang melibatkan masyarakat langsung.

Melalui kolaborasi semacam ini, lembaga pendidikan Islam dapat memperkenalkan diri secara langsung kepada masyarakat, meningkatkan partisipasi mereka dalam kegiatan lembaga, dan memperkuat citra lembaga sebagai bagian integral dari komunitas. Keterlibatan masyarakat juga dapat memperluas jaringan lembaga pendidikan dan menciptakan dukungan yang lebih kuat dari masyarakat sekitar.

VI. Politik Pendidikan dalam Pengembangan Strategi Lembaga Pendidikan Islam

- **A. Pengaruh Politik Pendidikan terhadap Lembaga Pendidikan Islam**

Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) No. 20/2003 menjadi salah satu dasar kebijakan pendidikan di Indonesia yang memengaruhi semua jenis lembaga pendidikan, termasuk lembaga pendidikan Islam. Salah satu bagian penting dalam UU Sisdiknas adalah penekanan pada prinsip pendidikan yang berbasis pada kesetaraan, pemerataan, dan mutu. Bagi lembaga pendidikan Islam, UU Sisdiknas menuntut adanya peningkatan kualitas pendidikan yang sebanding dengan standar pendidikan nasional, tanpa mengabaikan nilai-nilai agama.

Lembaga pendidikan Islam, seperti pesantren dan madrasah, dihadapkan pada tantangan besar dalam menyeimbangkan antara tuntutan kualitas akademik yang

diatur dalam UU Sisdiknas dan penguatan pendidikan berbasis agama yang menjadi ciri khas lembaga mereka. Di satu sisi, lembaga pendidikan Islam perlu menyesuaikan kurikulum mereka dengan kurikulum nasional, di sisi lain, mereka harus tetap menjaga identitas dan nilai-nilai Islam yang mereka anut.

Dalam konteks ini, kebijakan Sisdiknas memberikan landasan bagi lembaga pendidikan Islam untuk beradaptasi, tetapi juga memberi tantangan terkait bagaimana memadukan prinsip pendidikan nasional yang umum dengan kebutuhan pendidikan berbasis agama Islam yang lebih spesifik. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan Islam untuk memahami regulasi ini dan merancang strategi pendidikan yang sejalan dengan kebijakan pemerintah, sambil tetap mempertahankan keunikan pendidikan berbasis Islam.

Regulasi Pesantren 2019 yang disahkan oleh pemerintah Indonesia merupakan langkah penting dalam mengakui peran pesantren sebagai bagian integral dari sistem pendidikan nasional. Regulasi ini tidak hanya memberikan pengakuan terhadap keberadaan pesantren, tetapi juga membuka peluang untuk peningkatan kualitas pendidikan di pesantren, baik dari segi akademik maupun pengajaran agama.

Pengakuan formal ini memberikan legitimasi bagi pesantren untuk mendapatkan akses yang lebih baik dalam hal pendanaan, kurikulum, dan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia). Namun, regulasi ini juga memberikan tantangan dalam hal pengelolaan pesantren yang harus beradaptasi dengan sistem pendidikan nasional yang lebih modern. Oleh karena itu, pesantren harus mampu memanfaatkan regulasi ini untuk memperkuat posisi mereka sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya mengajarkan agama, tetapi juga memberikan pendidikan berkualitas yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Dalam hal ini, lembaga pendidikan Islam—terutama pesantren—dapat menggunakan kesempatan ini untuk meningkatkan kualitas pengajaran, memperkenalkan program-program yang lebih inklusif, dan berkolaborasi dengan lembaga pendidikan lainnya di tingkat nasional untuk meningkatkan daya saing mereka. Pengakuan ini juga memungkinkan pesantren untuk memperluas peran mereka dalam pendidikan nasional, serta memperkuat jalinan hubungan dengan pemerintah dan masyarakat.

Kebijakan Merdeka Belajar 2020 yang diluncurkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia bertujuan untuk memberikan kebebasan kepada lembaga pendidikan dalam merancang kurikulum yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan siswa. Kebijakan ini memberikan keleluasaan bagi lembaga pendidikan untuk menyesuaikan pendekatan pembelajaran dengan karakteristik peserta didik dan kebutuhan masyarakat.

Bagi lembaga pendidikan Islam, Kebijakan Merdeka Belajar memberikan tantangan dan peluang yang signifikan. Di satu sisi, lembaga pendidikan Islam perlu beradaptasi dengan kurikulum yang lebih fleksibel, yang dapat memfasilitasi

pengajaran ilmu agama dan ilmu pengetahuan lainnya secara lebih terintegrasi. Hal ini memberi peluang bagi lembaga pendidikan Islam untuk mengembangkan kurikulum yang tidak hanya mengajarkan ilmu agama, tetapi juga ilmu umum yang relevan dengan tuntutan pasar kerja.

Namun, di sisi lain, kebijakan ini juga mengharuskan lembaga pendidikan Islam untuk lebih inovatif dan kreatif dalam merancang program pendidikan yang mampu mengakomodasi nilai-nilai Islam tanpa mengabaikan perkembangan zaman. Misalnya, lembaga pendidikan Islam bisa memanfaatkan kebijakan Merdeka Belajar untuk mengintegrasikan pelajaran berbasis agama dengan teknologi dan keterampilan abad ke-21 yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja.

Memahami dinamika politik pendidikan yang terus berkembang sangat penting bagi lembaga pendidikan Islam. Politik pendidikan di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kebijakan-kebijakan pemerintah yang sering kali berubah seiring dengan pergantian pemerintahan dan perubahan dalam arah kebijakan nasional. Dinamika ini memengaruhi bagaimana lembaga pendidikan Islam dapat berkembang dan bertahan di tengah arus globalisasi yang semakin cepat.

Lembaga pendidikan Islam perlu beradaptasi dengan dinamika politik pendidikan agar tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu berkembang dengan tetap menjaga nilai-nilai agama Islam yang menjadi identitas mereka. Selain itu, lembaga pendidikan Islam juga harus dapat berperan aktif dalam merumuskan kebijakan pendidikan yang mendukung penguatan pendidikan berbasis Islam.

Untuk itu, sangat penting bagi para pengelola lembaga pendidikan Islam untuk memahami regulasi dan kebijakan yang ada, serta menyusun strategi yang dapat menyesuaikan dengan kebijakan pemerintah, sambil tetap mengedepankan kualitas pendidikan yang berbasis pada nilai-nilai agama Islam. Lembaga pendidikan Islam juga harus mengembangkan hubungan yang baik dengan pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk memperjuangkan kebijakan yang mendukung keberlanjutan pendidikan Islam di Indonesia.

VII. Langkah-Langkah Pasca Profesor dalam Meningkatkan Peran Pendidikan Islam

• A. Sebagai Konsultan Pendidikan

Sebagai seorang pasca-profesor, peran sebagai konsultan sangat penting untuk membantu lembaga pendidikan Islam merumuskan strategi pemasaran dan branding yang lebih efektif. Lembaga pendidikan Islam sering kali memiliki tantangan dalam menarik perhatian masyarakat dan calon siswa, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dengan lembaga non-Islam dan internasional. Oleh karena itu, konsultan pendidikan dapat membantu lembaga merancang strategi yang tidak hanya menonjolkan kualitas akademik, tetapi juga nilai-nilai Islam yang menjadi landasan pendidikan.

Konsultan dapat memberikan panduan tentang bagaimana menggunakan pemasaran berbasis digital, membangun citra positif, serta mengembangkan

program-program unggulan yang bisa membedakan lembaga dari kompetitornya. Selain itu, mereka juga dapat membantu dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada, termasuk melatih staf internal dalam mengelola pemasaran dan branding secara profesional dan efisien.

Sebagai seorang konsultan, peran pendampingan sangat vital dalam membantu lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan kualitas pendidikan mereka dan daya saing di tingkat global. Dunia pendidikan kini semakin terhubung dengan sistem global, dan lembaga pendidikan Islam perlu menyesuaikan diri agar tetap relevan dengan kebutuhan zaman. Konsultan dapat membantu lembaga dalam merancang kurikulum yang lebih inovatif, melibatkan teknologi dalam proses pembelajaran, dan mengembangkan program-program yang menarik bagi siswa internasional.

Pendampingan ini juga mencakup evaluasi berkala terhadap kinerja lembaga, sehingga mereka dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Dengan bimbingan yang tepat, lembaga pendidikan Islam dapat memperkuat posisinya di pasar pendidikan, sambil tetap setia pada nilai-nilai Islam yang menjadi identitas mereka.

- **B. Advokasi Kebijakan**

Sebagai pasca-profesor, berperan sebagai advokat kebijakan adalah langkah strategis yang dapat membantu memperjuangkan pendidikan Islam di tingkat nasional maupun lokal. Advokasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa kebijakan pendidikan pemerintah tidak hanya mengakomodasi pendidikan umum, tetapi juga mendukung pengembangan pendidikan Islam yang berkualitas.

Melalui advokasi, seorang akademisi dapat berperan dalam mendorong kebijakan yang lebih inklusif dan mendukung pendidikan berbasis nilai agama. Sebagai contoh, kebijakan terkait pendanaan untuk lembaga pendidikan Islam, program beasiswa untuk siswa yang kurang mampu, atau kebijakan kurikulum yang lebih memperhatikan integrasi ilmu pengetahuan dengan ajaran agama, semua ini dapat diperjuangkan melalui advokasi kebijakan.

Sebagai seorang pemikir dan praktisi, merumuskan kebijakan pendidikan yang lebih inklusif dan berbasis nilai-nilai agama menjadi bagian penting dari peran pasca-profesor. Kebijakan pendidikan harus memadai untuk mengakomodasi kebutuhan beragam lembaga pendidikan Islam di seluruh Indonesia, dari pesantren hingga universitas Islam. Dengan merumuskan kebijakan yang memperkuat sistem pendidikan berbasis Islam, pasca-profesor dapat membantu memperkuat landasan pendidikan agama dalam sistem pendidikan nasional.

Kebijakan ini juga dapat berfokus pada penguatan kurikulum yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan ilmu pengetahuan umum, memfasilitasi

penelitian berbasis agama, dan memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan lembaga pendidikan Islam untuk bersaing secara global.

- **C. Jaringan Riset dan Pembinaan Akademis**

Sebagai pasca-profesor, membangun kolaborasi riset antar lembaga pendidikan Islam merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitas penelitian dan inovasi di dunia pendidikan Islam. Kolaborasi ini dapat mencakup penelitian bersama tentang metodologi pendidikan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, pengembangan kurikulum berbasis teknologi yang relevan, atau studi mengenai efektivitas pembelajaran berbasis agama dalam masyarakat multikultural.

Melalui jaringan riset ini, lembaga pendidikan Islam dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta mengembangkan solusi bersama untuk tantangan yang dihadapi. Ini juga memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk memproduksi penelitian yang tidak hanya relevan bagi dunia akademik, tetapi juga dapat diterapkan secara praktis dalam pengembangan pendidikan di lembaga mereka.

Pembinaan akademis adalah peran penting lain dari pasca-profesor. Sebagai mentor atau pembimbing, pasca-profesor dapat memainkan peran kunci dalam membimbing generasi akademisi muda untuk mengembangkan pemikiran strategis yang dapat memperkuat pendidikan Islam di masa depan. Ini melibatkan pengajaran tidak hanya tentang teori pendidikan, tetapi juga tentang pentingnya mempertahankan nilai-nilai Islam dalam pendidikan modern.

Pembinaan ini juga mencakup pengembangan keterampilan kepemimpinan di kalangan akademisi muda, sehingga mereka dapat menjadi pemimpin yang visioner dalam bidang pendidikan Islam. Dengan pendekatan ini, generasi mendatang akan lebih siap untuk menghadapi tantangan pendidikan di era digital, globalisasi, dan perubahan sosial yang cepat.

- **D. Membangun Gerakan Pendidikan Islam Berkelanjutan**

Sebagai pasca-profesor, membangun gerakan pendidikan Islam berkelanjutan sangat penting untuk memastikan pendidikan Islam memiliki pengaruh yang kuat dalam kebijakan pendidikan nasional. Gerakan ini harus melibatkan berbagai pihak, seperti organisasi masyarakat (Ormas), alumni, akademisi, dan tokoh politik, untuk menciptakan dialog yang konstruktif dan memperjuangkan pendidikan Islam dalam kebijakan publik.

Melalui gerakan ini, pasca-profesor dapat memperjuangkan kebijakan pendidikan yang mendukung pengembangan lembaga pendidikan Islam, serta memastikan bahwa pendidikan berbasis nilai-nilai Islam tetap menjadi bagian dari sistem pendidikan nasional yang inklusif dan progresif.

Narasi politik yang dibangun harus berfokus pada nilai-nilai Islam yang tidak hanya relevan dengan konteks lokal tetapi juga dengan kebutuhan global. Mengintegrasikan maqashid syariah (tujuan utama ajaran Islam) dalam kebijakan pendidikan akan membantu lembaga pendidikan Islam untuk mempertahankan pengaruhnya dalam pendidikan nasional. Dengan narasi ini, pendidikan Islam akan tetap menjadi pilar penting dalam membentuk karakter dan kecerdasan siswa sesuai dengan ajaran Islam yang universal.

Gerakan ini tidak hanya akan memperkuat posisi lembaga pendidikan Islam di Indonesia, tetapi juga memperkenalkan pendidikan berbasis agama Islam sebagai bagian dari solusi global untuk tantangan pendidikan di dunia yang semakin kompleks.

Daftar Pustaka

- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2021). *Strategic Management and Business Policy*.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*.
- Korthaus, P., & Purnamasari, P. (2019). *Strategic Branding in Islamic Educational Institutions*.
- Sari, R., et al. (2022). *The Impact of Digital Branding on Educational Institutions*.
- Utami, A. (2021). *Crisis Management in Educational Branding*.