

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING MADRASAH DI ERA DIGITAL

Handayani¹, Muhammad Sirozi²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

¹Handayanismp2utama@gmail.com, ²m.sirozi@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategy of increasing the competitiveness of Madrasah in the digital era. The method of writing this article uses literature study or literature research. Manage and analyze reference sources from articles, journals, and other sources from the internet. The results of this study show that the implementation or application of strategies to increase the competitiveness of madrasas in the digital era through branding image by forming superior programs, increasing achievements, and shaping the character of akhlakul karimah will make madrasas have a positive image in the surrounding environment, and can build progress for madrasas in the future, including in the era of society 5.0, and with the branding strategy image of madrasas managed to get a positive image from the community, the institution can also maintain its quality and quality can generate full trust from the community.

Keywords: strategy, competitiveness, madrasah, era of bite

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan daya saing Madrasah di era digital. Metode penulisan artikel ini menggunakan studi pustaka atau penelitian literatur. Mengelola dan menganalisis sumber referensi dari artikel, jurnal, dan sumber lainnya dari internet. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan atau penerapan strategi untuk meningkatkan daya saing madrasah di era digital melalui branding citra dengan membentuk program unggulan, meningkatkan prestasi, dan membentuk karakter akhlakul karimah akan membuat madrasah memiliki citra positif di lingkungan sekitar, serta dapat membangun kemajuan bagi madrasah di masa depan, termasuk di era masyarakat 5.0. Dengan strategi branding citra madrasah yang dikelola dengan baik, madrasah berhasil mendapatkan citra positif dari masyarakat, dan lembaga juga dapat menjaga kualitasnya sehingga kualitas tersebut dapat menghasilkan kepercayaan penuh dari masyarakat.

Kata kunci: strategi, daya saing, madrasah, era digital

A. Pendahuluan

Tampilnya era digital telah merubah wajah dunia, gaya hidup

dan kebutuhan manusia sehingga menyebabkan timbulnya perubahan perubahan yang mendasar dalam

kehidupan perubahan tersebut memicu tingkat persaingan di segala sektor, termasuk persaingan di sektor pendidikan. Era digital ini telah menggeser fungsi tatanan dari era konvensional. Era digital bisa dimaknai sebagai suatu keadaan di mana penggunaan perangkat komunikasi dan informasi berbasis digital (internet). Pendidikan di society 5.0 Sangat menuntut semua sumber daya yang bergerak di dunia pendidikan terutama para guru yang dipimpin oleh manajerial kepala madrasah harus siap dan sikap terhadap perubahan tersebut. Kondisi ini terjadi di seluruh belahan dunia begitu pun di Indonesia tidak luput dari dahsyatnya society 4.0 yang sedang menuju era society 5.0. (Masitho et al., 2023)

Dunia sedang mengalami perubahan yang berpengaruh besar di berbagai sisi dunia karena adanya transformasi digital, hal ini disebut era di rupsi. Satuan pendidikan dalam hal ini madrasah harus memikirkan bagaimana agar bisa survive dan berdaya saing tinggi. Diperlukan terobosan dalam berpikir dan penyusunan konsep, lalu diwujudkan dalam tindakan tindakan untuk menghadapi tuntutan tersebut. Filsuf

Hun berpendapat bahwa tantangan tantangan saat ini apabila dihadapi dengan menggunakan cara pandang lama, maka tidak akan berhasil.(Kholil et al., 2022) Terobosan pemikiran untuk mencapai output yang berkualitas dan kompetitif dalam persaingan dunia global. Dalam konteks dunia pendidikan persaingan antar lembaga pendidikan melibatkan aspek pemasaran jasa, Mahmu tuh, pembiayaan dan layanan pendidikan. Persaingan antar lembaga pendidikan dalam perjalanannya terus mengalami revolusi.

Dalam era saat ini, kemajuan lembaga pendidikan bergantung pada pandangan masyarakat terhadap nya. Oleh karena itu, pemimpin dan lembaga pendidikan harus Menciptakan strategi untuk menciptakan lingkungan yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat sekitarnya. Hal yang utama Dilakukan madrasah Islam dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan adalah melakukan pembelajaran yang berpihak kepada siswa atau santri serta menyelaraskan pendidikan yang Islami dengan teknologi yang berkembang saat ini yaitu era digital

4.0 atau era society 5.0. Seorang pendidik harus menyadari realitas generasi digital masakini yang tidak terlepas dari genggamannya (gadget) dan perangkat komputer (personal komputer) dalam kesehariannya. Menyikapi hal demikian, seorang pendidik harus mampu menjadi contoh dan memberikan panduan bagi peserta didik dalam memanfaatkan produk digital tersebut secara positif dan diarahkan pada sarana dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. (Pendidikan Guru Sekolah Dasar et al., 2024)

Pendidikan pada era society 5.0 ini sudah menjadi kebutuhan yang diakui secara sadar oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya masyarakat yang berlomba-lomba mencari lembaga pendidikan yang terbaik untuk putra putri mereka sesuai tujuan besar masing-masing. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dituntut untuk kreatif dan berperan maksimal dalam melaksanakan kegiatan pendidikan yang mengarah pada tujuan tersebut dengan bertambahnya kuantitas lembaga pendidikan akan menjadi tantangan besar bagi penyelenggara pendidikan. Para pengelola lembaga

pendidikan juga dituntut untuk terus berinovasi dan berpikir kritis dalam menemukan ide baru untuk mempertahankan keunggulan dan pengembang lembaga pendidikan sesuai tuntutan zaman agar dapat bersaing dalam perebutan label yang berlandaskan kepada tujuan pendidikan serta kepuasan pelanggan pendidikan. (Toko et al., 2019)

Dalam mengintegrasikan daya saing lembaga pendidikan madrasah harus mempunyai terobosan baru dengan melibatkan strategi manajemen branding image. Sebab dengan pelibatan branding image lembaga pendidikan dapat memperkenalkan program lembaga secara luas kepada konsumen yang disebut dengan branding iya ini interpretasi, seperangkat pengetahuan dan reaksi reaksi Citra termasuk makna, kepercayaan, sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu. (Aziz et al., 2022) Branding madrasah yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda, semakin baik brand image nya maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan pelanggan dan perhatian dari masyarakat. Oleh karena itu, strategi manajemen

branding image dalam pendidikan sangat penting, karena melihat perkembangan dan pertumbuhan pendidikan ditentukan oleh kecakapan pengelolaan lembaga pendidikan.

Branding image lembaga pendidikan dapat dibangun melalui seringnya lembaga mengadakan berbagai macam even dengan bermitra atau Kolaborasi pada berbagai pihak, memaparkan papan prestasi, maka dengan hal tersebut akan menarik minat masyarakat. (Susyanto, 2022) Dalam menyiapkan strategi manajemen branding madrasah diperlukan suatu konsistensi dan keteguhan dari berbagai elemen untuk mewujudkan capaian serta optimal. Branding madrasah sangat perlu dilakukan terutama pada era society 5.0 Agar lembaga tidak tertinggal atau bahkan dilupakan karena kurangnya berinovasi dalam mempertahankan kualitas lembaga.

Mochammad Homaidi & Zainul Arifin (2024) menjelaskan bagaimana strategi branding image. Penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi branding image berbasis media sosial dalam mengembangkan reputasi positif di madrasah Aliyah Manbaul

Ulum Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan and man dan interaksi positif dari komunitas online selain itu penggunaan visual yang menarik dan narasi yang kuat juga menjadi kunci dalam membangun citra positif madrasah dan penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi branding image berbasis media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membangun reputasi mode positif madrasah Aliyah Manbaul ulum.

Muhammad Kholil & Ahmad Fadholi (2022) Penelitian ini menjelaskan tentang peningkatan daya saing madrasah di era society 5.0 dengan strategi manajemen branding image di madrasah, Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Dengan adanya strategi ini madrasah berhasil mendapatkan citra positif dari madrasah, lembaga juga dapat mempertahankan mutu serta kualitasnya dan dapat menghasilkan kepercayaan penuh di masyarakat.

Sulalatin Nikma & Hasyim Asy'ari (2023) Penelitian ini menjelaskan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan nilai tambah pendidikan era society 5.0 di Man insan Cendikia Serpong.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan dan pelaksanaan nilai tambah pendidikan era society 5.0 melalui desentralisasi pendidikan dengan sistem PPDB berbasis prestasi, pengurangan di pola rasi melalui MATSAMA dan manajemen karir berbasis olimpiade dan even, pendidikan demokratis melalui integrasi kurikulum lptek dan lmtaq serta pelayanan merasa beruntung. Dan sosialisasi dapat meningkatkan jumlah siswa masuk PTN melalui jalur UTBK-SNBT Tahun 2003 sebanyak 89 siswa dari 114 siswa atau 78% dan siswa yang masuk melalui jalur prestasi SNBP sebanyak 22 siswa dari siswa 56 siswa atau 39,09%.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Bog dan Taylor yang dikutip oleh Lexy Moleong mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata baik secara lisan maupun tertulis dari informan dan pelaku yang diamati. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan supervisi sebagai salah satu unsur pengembangan

sumber daya pendidikan. Metode penulisan artikel ini menggunakan studi literatur atau *library research*. Mengelola dan menganalisis sumber referensi dari artikel, jurnal, maupun sumber dari internet lainnya, khususnya dalam lingkup sumber daya manusia. Semua referensi atau daftar rujukan yang ada di artikel ini dikutip melalui Google scholar, research get, dan referensi lainnya.(Adlini et al., 2022)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan dibutuhkan perencanaan manajemen yang efektif dan efisien yang mampu membuat suatu organisasi menjadi kuat dan unggul. Dalam mewujudkan peningkatan daya saing madrasah ada beberapa upaya yang harus dilakukan yaitu mengimplementasikan peningkatan daya saing diterapkan dengan strategi manajemen *branding image*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing madrasah di society 5.0 dengan strategi manajemen *branding image* di madrasah.(Indarta et al., 2022)

Menurut Khoirudin , Brand Image atau Brand Description merupakan

deskripsi tentang keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Image atau citra merek atau identitas merek dan sumber informasi lain dikirim kepada konsumen menggunakan media komunikasi. Informasi tersebut dibutuhkan sebagai stimulus dan ditangkap oleh indra, lalu ditafsirkan atau dipahami sendiri oleh konsumen. Citra merek bukan apa yang diciptakan oleh pemasar atau marketing, namun citra merek terbentuk dibenak konsumen atas usaha marketing dalam memasarkan atau mengiklankan mereknya.(Pulungan, 2022) Citra merek terbentuk dalam benak konsumen adalah citra yang berhasil dari kinerja selama bertahun-tahun, komunikasi yang intensif, dan investasi yang besar. Jadi BI adalah asosiasi atau kumpulan kinerja merek yang terbentuk dan melekat dibenak setiap konsumen.

Perencanaan strategi manajemen branding di era society 5.0

Dalam melaksanakan suatu kegiatan terlebih dahulu menentukan apa yang akan dikerjakan, bagaimana cara mengerjakan, apa yang harus dikerjakan dan siapa harus mengerjakannya merupakan perencanaan. Perencanaan atau

planning merupakan salah satu fungsi dari serangkaian aktivitas manajemen dalam mencapai suatu tujuan. Perencanaan pada kegiatan pendidikan iya ini memproyeksikan tindakan apa yang dilaksanakan dalam suatu pembelajaran yaitu dengan mengatur dan merespon komponen komponen pembelajaran, sehingga arah kegiatan (tujuan), sisi kegiatan (materi), cara penyampaian kegiatan (metode dan teknik), serta bagaimana mengukurnya (evaluasi) menjadi jelas dan sistematis.(Khoiruddin, 2016) Perencanaan dapat mempengaruhi keberhasilan pendidikan yang dilakukan dengan pendekatan positif atau bisa dikatakan juga planning merupakan pemilihan yang fundamental dan persoalan planning timbul ketika terdapat alternatif-alternatif. Oleh sebab itu diperlukan adanya penerapan pendekatan sistem ke dalam perencanaan pendidikan yang strategi bertujuan untuk mencari bentuk dan insentif tas pada masa yang akan datang dengan mempertimbangkan berbagai hubungan yang kompleks dalam suatu sistem. Perencanaan sebuah langkah yang penting dalam membuat sebuah terobosan baru

apalagi tentang peningkatan daya saing lembaga yang sangat perlu di planning dengan tepat dan di-menej sesuai dengan kebutuhan. Ada beberapa langkah perencanaan strategi manajemen yang dilakukan oleh madrasah dalam peningkatan daya saing yaitu, pembentukan pengembangan madrasah, pembentukan tim penjamin mutu madrasah dan pembentukan tim publikasi.(Handoko, 2023).

Adapun perencanaan strategi manajemen *branding image* ini dilakukan dengan kesepakatan dan musyawarah dalam agenda Rapat intens evaluasi sekolah. Dengan melakukan pembentukan tim yang diklasifikasikan dengan tupoksi masing-masing dengan persetujuan seluruh komponen madrasah. Hal ini dilakukan agar program yang dirancang dapat berjalan lebih efektif dan menghasilkan hasil yang diinginkan. Selain itu untuk pengembangan madrasah agar dapat menganggarkan biaya ketika melaksanakan kegiatan, kemudian tugas tim pengembang mutu madrasah untuk membantu meningkatkan prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik selanjutnya tim publikasi

bertugas untuk mempublikasikan atau memaparkan seluruh program lembaga agar bisa terlihat di khalayak umum dan menjadikan umpan balik ketertarikanku terhadap lembaga sekolah. (Saing et al., 2024) Publikasi madrasah dapat dikatakan sebagai jembatan dalam sekolah untuk menciptakan hubungan (relasi) dengan siapa saja yang memberikan timbal balik serta untuk memajukan lembaga. Hubungan sekolah dengan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik sekolah. Proses perencanaan dilakukan oleh warga sekolah atau bagian humas dengan mempublikasikan semua kegiatan dan informasi madrasah kepada masyarakat melalui media sosial maupun secara langsung atau Offline. Hal ini dimaksud agar masyarakat dapat melihat dan mempunyai pandangan terhadap madrasah.

Dengan menonjolkan keunggulan lembaga Melalui media sosial atau offline ya ketika mempublikasi semua kegiatan setidaknya Menyangkut dua konten yaitu tentang prestasi madrasah dan

penerimaan siswa baru yang meningkat. Maka masyarakat akan menilai lembaga dari tingkat prestasi yang diperoleh dan menilai pula dari presentasi siswa yang masuk pada lembaga dari tahun ke tahun. Publikasi madrasah mempunyai fungsi layaknya marketing madrasah. Pengelola madrasah perlu terus mempublikasi madrasah melalui media seperti spanduk, mading, brosur, baliho, kalender, surat kabar, radio, jejaring sosial (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) dan lain sebagainya. Hal ini merupakan langkah tepat untuk mengenalkan lembaga kepada khalayak umum dalam guna Memproklamkan lembaga yang unggul dan patut untuk dijadikan tempat terbaik dalam memperoleh pendidikan.(Yustiasari Liriwati et al., 2024) Dengan pengemasan pemasaran yang menarik dan pemasaran pengenalan lembaga yang dilakukan secara continue dan mendorong masyarakat sekitar untuk loyal terhadap merek lembaga tersebut.

Implementasi strategi manajemen branding image di era 5.0

Strategi manajemen dalam membangun sebuah program tentunya dibutuhkan suatu komitmen

dan perencanaan yang matang serta penerapan yang tertata sesuai planning. Di era Society 5.0 ini banyak madrasah yang berinovasi membangun citra demi mengembangkan madrasah nya titik bagi pengelola Madrasah pendidikan menciptakan sebuah branding image yang positif adalah hal yang tidak mudah titik agar mampu membentuk branding image Madrasah pendidikan yang bersifat positif maka para pengelola Madrasah pendidikan harus mengerti dan memahami iklim sekitar madrasah untuk dapat mengimplementasikan program yang sudah terencana. Adapun strategi branding image dalam meningkatkan daya saing di Madrasah yaitu: a) membuat program unggulan madrasah b) meningkatkan prestasi, dan c) membentuk karakter akhlakul karimah.(Fachri et al., 2022).

Implementasi strategi *branding image* dilakukan dengan pembuatan program unggulan sesuai dengan perencanaan di atas salah satu penambahan kelas unggulan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat seperti kelas Tahfidz, kelas prestasi dan kelas ekstrakurikuler kelas-kelas ini dilakukan berjadwal di luar jam efektif

KBM namun sudah tersusun di dalam kurikulum Madrasah, hal ini yang menjadi salah satu strategi branding image Madrasah dan daya tarik bagi masyarakat yang khususnya pada era 5.0 ini dengan melibatkan publikasi program unggulan dan melibatkan teknologi demi mempercepat laju informasi. Selanjutnya selain program unggulan yang digembar-gemborkan Madrasah juga memprogramkan Peningkatan prestasi madrasah baik dalam bidang akademik maupun non akademik jika prestasi Madrasah baik maka akan menimbulkan image yang baik juga bagi masyarakat titik prestasi yang diraih oleh seluruh komponen sekolah baik dari anak-anak Didik maupun guru wajib dipublikasikan pada khalayak umum untuk mempromosikan prestasi-prestasi yang diperoleh oleh Madrasah dengan tujuan menarik minat masyarakat pada madrasah.(Anggraeni et al., 2022).

Implementasi strategi *branding image* di madrasah juga dilakukan dengan pembentukan karakter anak didik. Persoalan karakter akhlak dalam mendidik madrasah merupakan sesuatu yang sentral dan paling dijunjung tinggi oleh agama

Islam. Sebagaimana ungkapan *good your self bye good attitude*, ungkapan ini menunjukkan dengan menghiasi diri dengan akhlak yang baik maka tinggi pula nilai nya dirinya di mata manusia maupun Tuhannya. Perintah meninggikan anaknya ini sesuai dengan nabi Tauladan kita yakni nabi Muhammad SAW. Pembentukan karakter dilakukan dengan pembiasaan pembiasaan pembinaan Yang dilakukan oleh guru membuat peraturan atau tata tertib madrasah dalam menjaga kedisiplinan anak didik serta penanaman nilai nilai akhlakul Karimah dengan pembiasaan 5S, senyum, sapa, salam, sopan dan Santun, pembiasaan ini secara terus menerus dilakukan oleh seluruh komponen madrasah sehingga secara tidak langsung anak didik ter stimulasi untuk mengikuti iklim dan suasana yang di lingkungan madrasah sehingga terbentuklah suatu karakter yang nantinya bisa menjadi branding dan pembeda dari madrasah-madrasah lain.(Roziqin et al., 2018) Implementasi atau penerapan yang dilakukan melalui sebuah strategi manajemen branding image yang digunakan oleh madrasah dalam meningkatkan daya saing yaitu:

1. Memberi identitas bagi madrasah
Hal ini sesuai dengan teori pembentuk brand yaitu *Unique of brand association* (keunikan asosiasi merek) merupakan keunikan dari suatu merek produk yang akan dipandang lain dan akan memberikan citra yang berbeda dari pesaing. Hal ini dimaksud sebuah madrasah yang beda dari yang lain. Madrasah ini dikenal dengan budaya sopan Santun sehingga karakter yang melekat pada anak didik adalah tingkah laku yang terkontrol dan menimbulkan image positif. Citra yang melekat pada sekolah yaitu murid berprestasi serta lulusan yang unggul tentunya citra ini sangat positif dan sangat menguntungkan bagi kemajuan madrasah.

2. Meningkatkan jumlah calon peserta didik

Dengan adanya strategi manajemen trainee image yang baik maka akan timbul adanya ciri khas tersendiri untuk madrasah sehingga masyarakat tertarik Dan berminat untuk mendaftarkan putra putrinya ke madrasah yang dituju. Pengaruh brand image bagi madrasah sangat penting untuk membuat madrasah memiliki kepercayaan lebih terhadap madrasah sehingga dapat

meningkatkan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun.

3. Kualitas lulusan madrasah

Madrasah harus memperhatikan bagaimana kualitas lulusannya dengan adanya citra madrasah yang baik, input yang didapatkan waktu PPDB juga baik sehingga madrasah mempunyai modal yang cukup untuk pembinaan selanjutnya dan dapat menghasilkan output yang baik dan berkualitas. Kualitas lulusan madrasah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya anak didik yang diterima di sekolahan favorit di wilayah sekitar. Brand image madrasah tidak hanya dilihat dari keunggulan yang dimiliki madrasah itu saja, tetapi kualitas lulusannya juga menjadi salah satu hasil dari penerapan strategi branding image yang diterapkan madrasah.(Islam, 2024)

Dengan implementasi strategi manajemen branding image yang dilakukan dengan cara pembentukan program unggulan meningkatkan prestasi, dan membentuk karakter akhlakul karimah akan menjadikan Madrasah memiliki citra positif di lingkungan sekitar inilah yang dapat membangun kemajuan bagi

Madrasah di masa ke masa termasuk pada era Society 5.0.

Tantangan Penerapan *Branding Image*

Penerapan penguatan daya saing madrasah di era digital melalui branding image merupakan tantangan yang kompleks namun sangat relevan dengan perkembangan zaman. Branding image yang kuat dapat meningkatkan citra madrasah dan membuatnya lebih kompetitif di antara lembaga pendidikan lainnya. (Sakinah et al., 2024) Namun, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi dalam proses ini, serta solusi-solusi yang bisa diimplementasikan untuk mengatasi tantangan tersebut.

1. Keterbatasan sumber daya dan pengetahuan digital

Banyak madrasah yang masih kurang memiliki sumber daya manusia yang terampil dalam bidang teknologi informasi dan pemasaran digital. Hal ini menghambat madrasah dalam membuat dan memelihara branding image yang efektif di dunia digital. Maka dari itu perlu adanya peningkatan pelatihan bagi guru dan staf madrasah mengenai pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial dapat menjadi langkah

awal. Selain itu, madrasah dapat bekerja sama dengan profesional di bidang digital marketing untuk membantu mengembangkan branding image.

2. Kurangnya pemahaman tentang *branding image*

Banyak madrasah yang belum sepenuhnya memahami konsep branding dan bagaimana menciptakan citra positif yang konsisten di berbagai platform digital ini dapat menyebabkan pencitraan yang kabur atau tidak fokus maka dari itu madrasah perlu menyusun strategi branding yang jelas dan terstruktur, termasuk tujuan, nilai-nilai, dan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Workshop atau seminar mengenai branding image bagi pengelola madrasah bisa menjadi solusi untuk memperdalam pemahaman ini.

3. Keterbatasan anggaran pemasaran digital dan penguatan *branding image*

Pemasaran memerlukan anggaran yang cukup besar yang tidak selalu tersedia di setiap madrasah terutama yang dikelola secara mandiri atau dengan dana terbatas maka dari itu penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran dengan biaya

operasionalnya relatif rendah bisa dimaksimalkan selain itu, konten yang dapat diproduksi sendiri seperti video testimoni, blog, Atau infografik juga bisa digunakan sebagai alternatif yang hemat biaya. (Rusmini et al., 2023)

4. Keterbatasan infrastruktur teknologi

Beberapa madrasah di daerah terpencil mungkin menghadapi keterbatasan infrastruktur teknologi yang mendukung penguatan daya saing melalui branding digital maka dari itu pihak pemerintah atau organisasi terkait dapat membantu dalam penyediaan infrastruktur yang memadai untuk madrasah, seperti akses internet dan perangkat keras selain itu, madrasah bisa menggunakan platform yang mudah diakses dan tidak membutuhkan banyak sumber daya teknis.

5. Persaingan ketat dengan lembaga pendidikan lain

Madrasah menghadapi persaingan ketat dengan lembaga pendidikan lain, seperti sekolah umum atau perguruan tinggi yang juga gencar memanfaatkan branding digital untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua maka dari itu madrasah perlu menemukan nilai jual yang unik,

seperti pendekatan pendidikan Berbasis agama, karakter, dan kearifan lokal. Penekanan pada keberagaman kurikulum dan program unggulan yang dimiliki madrasah dapat menjadi daya tarik tambahan.

6. Ketergantungan pada platform digital yang cepat berubah

Platform digital terus berkembang, dan apa yang populer saat ini bisa merubah. Madrasah mungkin kesulitan mengikuti perubahan ini, yang menyebabkan mereka Ketinggalan dalam upaya branding. Maka dari itu madrasah harus fleksibel dalam mengikuti tren digital dan memastikan branding image mereka tetap relevan dan pembaruan, pengembangan platform komunikasi dan media sosial secara berkala akan membantu menjaga citra madrasah tetap kuat. (Khoiruddin, 2016)

Penerapan penguatan daya saing madrasah melalui branding image di era digital memerlukan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, sumber daya manusia yang terampil, dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan solusi yang tepat, tantangan tantangan ini bisa diatasi untuk menciptakan citra madrasah yang

kuat, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing madrasah dunia pendidikan.

D. Kesimpulan

Menciptakan citra positif pada khalayak umum memang tidak mudah, namun jika dilakukan dengan sungguh-sungguh dan secara kontinu, maka tidak mustahil program branding image tersebut dapat tercapai. Dalam era revolusi industri Society 4.0 yang sedang menuju Society 5.0, diperlukan pendidikan yang dapat membentuk generasi kreatif, inovatif, dan kompetitif. Pada era 5.0, di mana banyak bibit sekolah baru yang menjadi pesaing bagi sekolah lama dengan inovasi yang melibatkan teknologi, sekolah lama juga harus bisa mempertahankan keunggulannya agar tetap diminati oleh masyarakat. Dalam pengembangan dunia pendidikan Islam, perlu mengintegrasikan langkah-langkah pengembangan secara Islami dan mengadopsi penggunaan teknologi informatika yang dapat membawa kemajuan bagi lembaga pendidikan Islam menjadi lembaga yang unggul, agamis, dan menguasai IPTEK. Hal ini dapat menjadikan lembaga pendidikan Islam (Madrasah) mampu bertahan,

bersaing, dan unggul di era digital saat ini. Dengan adanya strategi branding image ini, madrasah berhasil mendapatkan citra positif dari masyarakat, dan lembaga juga dapat mempertahankan mutu serta kualitasnya, sehingga dapat menghasilkan kepercayaan penuh dari masyarakat. Tentunya, strategi ini tidak bisa digeneralisasi karena setiap lembaga memiliki karakteristik dan kausalitas yang berbeda, sehingga hal ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang dapat mengupas dan mendalami kasus serupa dengan karakteristik yang berbeda guna menambah wawasan tentang strategi manajemen branding image.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. doi: 10.33487/edumaspul.v6i1.3394
- Anggraeni, S., & Putri, K. H. (2022). Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *Promis*, 3(2), 163–181.
- Aziz, A., & Zakir, S. (2022). *Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu*

- Pendidikan. 2(3), 1030–1037.
- Fachri, M., Rozi, F., & Tamimullah, T. (2022). Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *Palapa*, 10(2), 316–334. doi: 10.36088/palapa.v10i2.2202
- Handoko, D. C. T. (2023). (PERSETUJUAN PUBLIKASI HARUS TTD ASLI).. *Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Uyun Al-Hikam Ponorogo* Retrieved from [http://etheses.iainponorogo.ac.id/25709/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/25709/1/Dian Cahyo Tri Handoko_206190135_Skripsi Ethesis.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/25709/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/25709/1/Dian%20Cahyo%20Tri%20Handoko_206190135_Skripsi%20Ethesis.pdf)
- Indarta, Y., Jalinus, N., Waskito, W., Samala, A. D., Riyanda, A. R., & Adi, N. H. (2022). Relevansi Kurikulum Merdeka Belajar dengan Model Pembelajaran Abad 21 dalam Perkembangan Era Society 5.0. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(2), 3011–3024. doi: 10.31004/edukatif.v4i2.2589
- Islam, B. (2024). *Inovasi Ekonomi dan Bisnis Inovasi Ekonomi dan Bisnis*. 06(1), 25–34.
- Khoiruddin, N. (2016). *Upaya Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krpyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)*.
- Kholil, M., Rozi, F., & Fadholi, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Madrasah Di Era Society 5.0 Dengan Strategi Manajemen Branding Image Di Madrasah. *Tafáqquh: Jurnal Penelitian Dan Kajian Keislaman*, 10(2), 317–335. doi: 10.52431/tafaqquh.v10i2.1144
- Masitho, S., Paramansyah, A., Yanih, S., Sumarsih, T., Yuningsih, N., & Ramdhani, D. (2023). Pengembangan Assesmen Pembelajaran PAI pada Lembaga Pendidikan Madrasah dan Pondok Pesantren dalam Era Digital. *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 5(3), 763–770. doi: 10.47467/jdi.v5i3.4171
- Pendidikan Guru Sekolah Dasar, J., Nursafitri, L., Kurniasih, A., Kurniawati, D., & Darussalam Lampung, S. (2024). Konsep Pendidikan Life Skills Dan Penerapannya Pada Madrasah Ibtidaiyah. *INVENTA: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 8(1), 66–72. Retrieved from https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jurnal_inventa/article/view/18727
- Pulungan, D. A. S. (2022). Strategi Branding Image dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada madrasah aliyah (MA) unit sekolah baru (USB) filial madrasah aliyah negeri batam. In Tesis UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Roziqin, Z., & Rozaq, H. (2018). Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 18(2), 225. doi:
-

