

Perencanaan Strategi Pendidikan Agama Islam Tentang Strategi Korporasi

Syawaluddin¹, Raden Deceu Berlian Purnama², Yuli Fatimah Warosari³, Zamsiswaya⁴

^{1-2&4}Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

³Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Sina Batam

Article Info

Keywords:

Strategic Planning
Islamic Religious
Education
Analysis of Strengths
and Weaknesses
Managerial
Leadership

ABSTRACT

The context of Islamic religious education in strategic planning is important to ensure the quality and effectiveness of educational services. Various approaches can be used, such as an analysis of the strengths and weaknesses of educational institutions with a managerial and leadership approach, the PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy) approach, and other forms of diversification strategies. Al-Quran can also be used as an important guide in planning educational strategies that are in accordance with Islamic teachings. Planning a comprehensive and holistic Islamic religious education strategy can provide better educational services and in accordance with the demands of the times. The good quality of Islamic religious education will have a positive impact on the development of the people and society as a whole. Therefore, strategic planning for Islamic religious education must continue to be improved and perfected in order to achieve the expected goals.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Syawaluddin
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Email: regarsawaluddin@gmail.com

LATAR BELAKANG

Pendidikan Agama Islam adalah salah satu bidang pendidikan yang sangat penting di Indonesia. Dalam membangun perencanaan strategi pendidikan agama Islam, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah strategi korporasi. Strategi korporasi merupakan cara yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memastikan kelangsungan usahanya. Dalam hal ini, strategi korporasi dapat diterapkan pada institusi pendidikan agama Islam untuk memastikan keberhasilan pendidikan agama Islam di Indonesia.

Perencanaan strategis merupakan komponen penting dalam mengarahkan tujuan dan aktivitas organisasi. Begitu pula dengan Perencanaan Strategi Pendidikan Agama Islam (PAI) yang memerlukan strategi korporasi yang efektif. Strategi korporasi mengacu pada keputusan jangka panjang yang diambil oleh manajemen tingkat atas untuk mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks PAI, strategi korporasi berperan dalam mengembangkan rencana dan kebijakan yang akan membentuk arah dan prioritas pendidikan agama Islam.

Pendidikan agama Islam adalah bagian yang sangat penting dari pendidikan di Indonesia. Oleh karena itu, perencanaan strategi pendidikan agama Islam haruslah disusun dengan baik dan

matang. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah strategi korporasi. Berikut adalah beberapa langkah dalam perencanaan strategi korporasi pendidikan agama Islam.

1. Membuat misi dan visi yang jelas

Misi dan visi adalah panduan yang sangat penting dalam menentukan arah perencanaan strategi. Misi dan visi haruslah jelas dan mudah dipahami, serta terintegrasi dengan tujuan pendidikan agama Islam secara umum. Dalam hal ini, misi dan visi harus mengacu pada tujuan jangka panjang dari pendidikan agama Islam di Indonesia.

2. Menetapkan tujuan strategis

Setelah misi dan visi ditetapkan, tujuan strategis harus ditetapkan dengan jelas dan terukur. Tujuan strategis haruslah relevan dengan misi dan visi, serta dapat diukur dalam waktu tertentu. Tujuan strategis harus ditetapkan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tantangan di bidang pendidikan agama Islam di Indonesia.

3. Menentukan strategi yang tepat

Setelah tujuan strategis ditetapkan, strategi harus ditentukan dengan baik. Strategi haruslah disesuaikan dengan tujuan strategis, misi, dan visi. Strategi harus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan di bidang pendidikan agama Islam di Indonesia. Strategi haruslah terintegrasi dengan strategi umum pendidikan agama Islam di Indonesia.

4. Melakukan analisis lingkungan

Sebelum strategi diimplementasikan, analisis lingkungan harus dilakukan untuk memahami tantangan dan peluang yang ada di lingkungan pendidikan agama Islam di Indonesia. Analisis lingkungan meliputi analisis pasar, analisis persaingan, dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT).

5. Menyusun rencana aksi

Setelah strategi dan analisis lingkungan ditetapkan, rencana aksi harus disusun dengan baik. Rencana aksi haruslah jelas, terukur, dan terintegrasi dengan strategi. Rencana aksi harus mempertimbangkan sumber daya dan waktu yang tersedia, serta harus berfokus pada tujuan strategis yang telah ditetapkan.

6. Melakukan evaluasi dan monitoring

Evaluasi dan monitoring adalah proses penting dalam memastikan bahwa strategi korporasi dapat berjalan dengan baik. Evaluasi dan monitoring harus dilakukan secara berkala untuk mengetahui sejauh mana Strategi berjalan.

Firman Allah SWT dalam Surat Al-Mujadilah, Ayat 11:

”.....يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ”

Artinya: “.....Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Mujadilah: 11)

Dalam ayat di atas, Allah Subhanahu wa Ta’ala memerintahkan kita untuk memperoleh ilmu pengetahuan dan meningkatkan pengetahuan tersebut, agar kita dapat berdiri di derajat yang lebih tinggi di hadapan-Nya. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan agama

Islam untuk memperhatikan perencanaan strategi pendidikan yang baik agar dapat memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dalam melakukan perencanaan strategi pendidikan agama Islam, lembaga pendidikan harus memperhatikan visi dan misi yang ingin dicapai serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari lembaga tersebut. Selain itu, lembaga pendidikan juga perlu memperhatikan kebutuhan masyarakat, baik dalam hal program pendidikan maupun metode pengajaran yang digunakan.

Dalam Al-Quran, Surat Thaha ayat 114, Allah Subhanahu wa Ta'ala juga menekankan pentingnya mendapatkan ilmu pengetahuan dengan berbagai cara, seperti:

.....”
وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

Artinya: “.....Dan katakanlah: Ya Tuhanku, tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan.” (QS. Thaha: 114)

Strategi korporasi yang telah diimplementasikan berhasil mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi dan monitoring dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap strategi yang telah diimplementasikan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kualitatif non-interaktif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi biasanya dikaitkan dengan studi prasasti yang terkandung dalam laporan yang diterbitkan, surat kabar, iklan, buku, halaman web, jurnal, dan bentuk dokumentasi lainnya. Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti mengeksplorasi Perencanaan Strategi Pendidikan Agama Islam Tentang Strategi Korporasi

Dari buku tersebut peneliti menetapkan sebuah tema, kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan menginterpretasi dan membandingkan pendapat para ahli, baik dari buku maupun dari jurnal, hasil penelitian dan lainnya yang relevan.

PEMBAHASAN

Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki peran yang penting dalam membentuk pemahaman dan penerapan nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan individu dan masyarakat. Dalam menghadapi tantangan zaman yang terus berkembang, perencanaan strategis dalam bidang PAI menjadi sangat penting untuk memastikan pemeliharaan dan pengembangan pendidikan agama Islam yang berkualitas.

Strategi korporasi merupakan salah satu elemen kritis dalam perencanaan strategis PAI. Strategi korporasi melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang oleh manajemen tingkat atas untuk mengarahkan arah dan prioritas organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks PAI, strategi korporasi berfungsi sebagai kerangka kerja yang membantu organisasi PAI dalam mengembangkan rencana dan kebijakan yang berorientasi pada tujuan pendidikan agama Islam.

Dalam beberapa tahun terakhir, tantangan kompleks dalam bidang pendidikan agama Islam semakin meningkat. Perubahan sosial, teknologi, dan tuntutan masyarakat yang beragam mempengaruhi kebutuhan dan harapan terhadap pendidikan agama Islam. Oleh karena itu, penting bagi organisasi PAI untuk memiliki strategi korporasi yang efektif dan responsif terhadap perubahan tersebut.

Artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran strategi korporasi dalam perencanaan strategis PAI. Dengan membahas tahapan-tahapan pengembangan strategi korporasi dan implikasinya dalam konteks PAI, artikel ini diharapkan dapat memberikan panduan yang berguna bagi organisasi PAI dalam merumuskan strategi yang efektif dan menghadapi tantangan yang ada.

Pada Konteks pendidikan agama Islam, evaluasi dan monitoring dapat dilakukan dengan cara memantau pencapaian tujuan pendidikan agama Islam, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Selain itu, evaluasi dan monitoring juga dapat dilakukan dengan memantau perkembangan teknologi dan tren dalam pendidikan agama Islam, serta memastikan bahwa kurikulum dan program pendidikan agama Islam selalu relevan dengan kebutuhan dan tantangan yang ada.

Perencanaan strategi pendidikan agama Islam yang berbasis strategi korporasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan pendidikan agama Islam di Indonesia. Strategi korporasi dapat membantu institusi pendidikan agama Islam untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memastikan kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, institusi pendidikan agama Islam harus memperhatikan perencanaan strategi korporasi sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas pendidikan agama Islam di Indonesia.

Pendidikan Agama Islam adalah salah satu bidang pendidikan yang sangat penting di Indonesia. Dalam membangun perencanaan strategi pendidikan agama Islam, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah strategi korporasi. Strategi korporasi merupakan cara yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memastikan kelangsungan usahanya. Dalam hal ini, strategi korporasi dapat diterapkan pada institusi pendidikan agama Islam untuk memastikan keberhasilan pendidikan agama Islam di Indonesia.

Strategi Korporasi dalam perencanaan strategi Pendidikan Agama Islam terdiri atas:

1. Globalization Impact Analysis

Grand strategi adalah rencana jangka panjang yang membentuk visi dan tujuan organisasi dalam jangka waktu yang panjang. Dalam konteks pendidikan agama Islam, grand strategi dapat membantu institusi pendidikan untuk mencapai pertumbuhan, stabilitas, dan penyehatan yang berkelanjutan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam perencanaan grand strategi pendidikan agama Islam yang berhubungan dengan pertumbuhan, stabilitas, dan penyehatan.

a. Pertumbuhan

Strategi pertumbuhan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas pendidikan agama Islam. Institusi pendidikan agama Islam dapat melakukan beberapa hal, seperti memperluas jaringan sekolah, meningkatkan mutu pendidikan, dan menyediakan program-program pendidikan yang lebih luas dan relevan. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital, sehingga institusi pendidikan agama Islam dapat lebih efektif dan efisien dalam memberikan pendidikan yang berkualitas.

b. Stabilitas

Strategi stabilitas dapat dilakukan dengan memastikan bahwa institusi pendidikan agama Islam memiliki sumber daya yang cukup dan terkelola dengan baik. Sumber daya yang dimaksud meliputi sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan sumber daya fisik. Institusi pendidikan agama Islam harus memperhatikan pengelolaan sumber daya yang tepat dan efisien agar dapat mencapai stabilitas yang berkelanjutan.

c. Penyehatan

Strategi penyehatan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan efektivitas program-program pendidikan agama Islam yang diselenggarakan. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan kualitas pengajaran, pengembangan kurikulum, dan penggunaan teknologi pendidikan yang tepat. Selain itu, institusi pendidikan agama Islam juga harus memperhatikan kebutuhan dan harapan masyarakat dalam mengembangkan program-program pendidikan agama Islam yang lebih baik.

Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki peran yang penting dalam membentuk pemahaman dan penerapan nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan individu dan masyarakat. Dalam menghadapi tantangan zaman yang terus berkembang, perencanaan strategis dalam bidang PAI menjadi sangat penting untuk memastikan pemeliharaan dan pengembangan pendidikan agama Islam yang berkualitas (Dirjen Pendis: 2019).

Pendidikan Agama Islam adalah salah satu bidang pendidikan yang sangat penting di Indonesia. Dalam membangun perencanaan strategi pendidikan agama Islam, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah strategi korporasi. Strategi korporasi merupakan cara yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memastikan kelangsungan usahanya. Dalam hal ini, strategi korporasi dapat diterapkan pada institusi pendidikan agama Islam untuk memastikan keberhasilan pendidikan agama Islam di Indonesia (Al-Attas, S. N.: 2013).

Perencanaan strategi pendidikan agama Islam yang berbasis strategi korporasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan pendidikan agama Islam di Indonesia. Dalam konteks grand strategi, institusi pendidikan agama Islam harus memiliki visi yang jelas, misi yang kuat, serta tujuan dan sasaran yang spesifik. Institusi pendidikan agama Islam juga harus memperhatikan nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam pendidikan agama Islam, seperti kesederhanaan, kejujuran, dan kemanusiaan. (Bungin, B.: 2010)

Untuk mencapai pertumbuhan, institusi pendidikan agama Islam dapat memperluas jaringan sekolah, meningkatkan mutu pendidikan, dan menyediakan program-program

pendidikan yang lebih luas dan relevan. Strategi stabilitas dapat dilakukan dengan memastikan bahwa institusi pendidikan agama Islam memiliki sumber daya yang cukup dan terkelola dengan baik, termasuk sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan sumber daya fisik. Strategi penyehatan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan efektivitas program-program pendidikan agama Islam yang diselenggarakan. (Bungin, B : 2010).

Dalam melakukan perencanaan strategi korporasi, institusi pendidikan agama Islam juga harus memperhatikan lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pelaksanaan strategi. Institusi pendidikan agama Islam harus memastikan bahwa strategi yang diambil relevan dengan lingkungan dan kondisi yang ada, serta dapat menghasilkan manfaat yang maksimal bagi institusi dan masyarakat secara keseluruhan. (Rakhmat, J.: 2013)

2. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Lembaga Pendidikan Dengan Pendekatan Manajerial dan Kepemimpinan

Perencanaan strategi pendidikan agama Islam dengan analisis kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan dengan pendekatan manajerial dan kepemimpinan sangat penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan agama Islam di Indonesia. Dalam melakukan analisis kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan agama Islam, institusi dapat menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja institusi. Pendekatan SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja lembaga pendidikan agama Islam (Hidayatullah, M: 2016).

Dalam hal manajerial, lembaga pendidikan agama Islam harus memperhatikan faktor-faktor seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan fasilitas, dan pengelolaan program pendidikan. Kepemimpinan yang efektif juga penting untuk memastikan keberhasilan institusi pendidikan agama Islam. Kepemimpinan harus mampu memimpin dengan teladan, mengembangkan visi dan misi yang jelas, serta memberikan motivasi dan dukungan kepada para staf dan siswa (Mangkunegara, A. P.: 2010).

Setelah melakukan analisis kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan agama Islam dengan pendekatan manajerial dan kepemimpinan, lembaga dapat merumuskan strategi untuk meningkatkan kinerja lembaga tersebut. Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia lembaga pendidikan agama Islam melalui pelatihan dan pengembangan staf, pemberian insentif, serta peningkatan kesejahteraan.
- b. Meningkatkan efisiensi dan transparansi pengelolaan keuangan lembaga pendidikan agama Islam, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan pendanaan dan pengelolaan pengeluaran.
- c. Menyediakan dan menjaga fasilitas pendidikan yang memadai, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.
- d. Mengembangkan program pendidikan yang lebih inovatif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan pasar kerja.

- e. Meningkatkan partisipasi dan dukungan dari para orangtua siswa, alumni, dan masyarakat melalui program-program kerjasama dan partisipasi aktif dalam kegiatan lembaga (Nasution, S.: 2010).

Dalam implementasi strategi tersebut, lembaga pendidikan agama Islam juga harus memperhatikan pengukuran kinerja dan evaluasi berkala untuk memastikan keberhasilan strategi tersebut (Priyatmoko, S. (2018).

Analisis Kekuatan dan Kelemahan Lembaga Pendidikan dengan Pendekatan Manajerial dan Kepemimpinan merupakan langkah penting dalam pengembangan strategi korporasi yang efektif. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal lembaga pendidikan, manajemen dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengoptimalkan potensi yang ada. Berikut adalah contoh analisis kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan dengan pendekatan manajerial dan kepemimpinan:

a. Kekuatan:

- 1) Kualitas Tenaga Pendidik: Lembaga pendidikan memiliki tim pengajar yang berkualitas tinggi dan berpengalaman dalam bidangnya. Mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk menyampaikan materi dengan baik kepada siswa.
- 2) Kurikulum yang Relevan: Lembaga pendidikan memiliki kurikulum yang sesuai dengan perkembangan dan tuntutan industri. Kurikulum ini dirancang untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan dunia kerja.
- 3) Infrastruktur yang Memadai: Lembaga pendidikan dilengkapi dengan fasilitas dan sarana yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium yang lengkap, perpustakaan yang baik, dan teknologi pendidikan yang mutakhir.
- 4) Kemitraan dengan Industri: Lembaga pendidikan menjalin kemitraan yang erat dengan industri untuk memastikan relevansi kurikulum, kesempatan magang, dan penempatan kerja bagi lulusan.

b. Kelemahan:

- 1) Kurangnya Riset dan Pengembangan: Lembaga pendidikan belum memiliki fokus yang kuat pada penelitian dan pengembangan. Ini dapat membatasi inovasi dalam pendekatan pembelajaran dan pembangunan kurikulum yang lebih maju.
- 2) Sistem Manajemen yang Tidak Efisien: Lembaga pendidikan mungkin mengalami masalah dalam manajemen keuangan, administrasi, atau pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini dapat menghambat efisiensi dan efektivitas operasional secara keseluruhan.
- 3) Kurangnya Keterlibatan Siswa: Siswa mungkin kurang terlibat dalam proses pembelajaran dan kurangnya partisipasi aktif. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas pendidikan dan pencapaian akademik.
- 4) Kurangnya Kepemimpinan yang Inspiratif: Kepemimpinan di lembaga pendidikan mungkin kurang inspiratif dan kurang mampu memotivasi staf dan siswa. Kepemimpinan yang kuat dan visioner sangat penting dalam menciptakan budaya pembelajaran yang positif.

3. Pendekatan PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy)

Perencanaan strategi pendidikan agama Islam dengan Pendekatan PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy) dapat membantu lembaga pendidikan agama Islam dalam mengoptimalkan kinerja dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar. PIMS merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengukur pengaruh strategi pemasaran terhadap profitabilitas suatu perusahaan (Jain, S. C., & Saini, K. S. 2013).

Pertama-tama, lembaga pendidikan agama Islam harus mengidentifikasi tujuan utama dari strategi pendidikan yang ingin dicapai, seperti peningkatan jumlah siswa baru, meningkatkan loyalitas siswa, atau meningkatkan efektivitas pengajaran. Kemudian, lembaga dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tujuan tersebut, seperti kualitas pengajaran, fasilitas, ketersediaan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dan lain sebagainya (Kotler, P., & Armstrong, G.: 2010).

Setelah itu, lembaga pendidikan agama Islam dapat menggunakan pendekatan PIMS untuk mengukur pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap profitabilitas lembaga. PIMS mengukur pengaruh strategi pemasaran pada profitabilitas suatu perusahaan dengan menggunakan empat variabel utama, yaitu market share, price, cost, dan market growth. Variabel tersebut digunakan untuk mengukur pengaruh strategi pemasaran pada profitabilitas.

Dalam konteks lembaga pendidikan agama Islam, PIMS dapat digunakan untuk mengukur pengaruh strategi pendidikan pada profitabilitas lembaga. Misalnya, apabila lembaga berhasil meningkatkan kualitas pengajaran dan memperluas jangkauan kurikulum untuk memenuhi kebutuhan pasar, maka dapat diharapkan akan terjadi peningkatan jumlah siswa baru, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas lembaga (Lilien, G. L., Kotler, P., & Moorthy, K. S.: 1992).

Selain itu, lembaga pendidikan agama Islam juga dapat menggunakan PIMS untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang telah dilakukan. Dalam hal ini, lembaga dapat mengukur pengaruh strategi pemasaran yang telah dilakukan terhadap profitabilitas lembaga, dan melakukan perbaikan atau penyesuaian strategi pemasaran jika diperlukan (Piercy, N. F. (2009).

Langkah-langkah perencanaan strategi pendidikan agama Islam dengan PIMS antara lain:

- a. Identifikasi tujuan dan sasaran strategi pendidikan agama Islam yang ingin dicapai, seperti peningkatan jumlah siswa baru, meningkatkan kualitas pengajaran, atau meningkatkan kepuasan siswa.
- b. Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan dan sasaran tersebut, seperti kualitas pengajaran, fasilitas, dan promosi.
- c. Mengukur pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap profitabilitas lembaga pendidikan dengan menggunakan empat variabel utama PIMS, yaitu market share, price, cost, dan market growth.



- d. Menganalisis hasil pengukuran untuk mengevaluasi strategi pendidikan yang telah dilakukan dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan profitabilitas lembaga.
- e. Melakukan perbaikan atau penyesuaian strategi pemasaran yang tidak memberikan hasil yang diharapkan.
- f. Memonitor hasil kinerja secara berkala dan melakukan perbaikan atau penyesuaian strategi pemasaran jika diperlukan.

4. Bentuk-bentuk Strategi Diversifikasi

Perencanaan strategi pendidikan agama Islam dengan bentuk-bentuk strategi diversifikasi dapat membantu lembaga pendidikan untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan usaha. Strategi diversifikasi adalah strategi untuk memperluas produk atau layanan yang ditawarkan ke pasar yang berbeda dari pasar asal atau menawarkan produk atau layanan baru kepada pasar yang sama (Hooley, G., Piercy, N., & Nicoulaud, B. (2011).

Berikut ini adalah beberapa bentuk strategi diversifikasi yang dapat diterapkan pada lembaga pendidikan agama Islam:

- a. Diversifikasi produk. Lembaga pendidikan agama Islam dapat mengembangkan program-program pendidikan yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang berbeda, misalnya program kursus bahasa Arab atau kursus Al-Quran yang intensif.
- b. Diversifikasi geografis. Lembaga pendidikan agama Islam dapat memperluas pasar dengan membuka cabang di kota-kota lain atau bahkan di luar negeri. Hal ini akan memperluas jangkauan lembaga dan meningkatkan popularitas di kalangan masyarakat.
- c. Diversifikasi layanan. Lembaga pendidikan agama Islam dapat menambahkan layanan tambahan yang berkaitan dengan pendidikan, seperti layanan bimbingan dan konseling, pelatihan kepemimpinan, dan pelatihan keagamaan khusus.
- d. Diversifikasi jenis pelanggan. Lembaga pendidikan agama Islam dapat menawarkan program-program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat khusus, seperti pendidikan agama bagi keluarga atau orang dewasa.
- e. Diversifikasi metode pengajaran. Lembaga pendidikan agama Islam dapat mengembangkan metode pengajaran yang lebih inovatif, seperti pembelajaran online atau penggunaan teknologi pendidikan yang lebih canggih (Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R.: 2008).

Dalam mengimplementasikan strategi diversifikasi, lembaga pendidikan agama Islam perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti ketersediaan sumber daya, kekuatan dan kelemahan lembaga, dan kebutuhan pasar. Selain itu, lembaga pendidikan agama Islam juga harus selalu memperhatikan kualitas pendidikan yang disediakan dan memperbaiki strategi secara berkala agar dapat mempertahankan posisi di pasar (Kotler, P., & Keller, K. L.: 2016).

KESIMPULAN

Dalam artikel di atas, telah dibahas perencanaan strategi pendidikan agama Islam dengan berbagai pendekatan. Pendekatan yang digunakan antara lain adalah analisis kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan dengan pendekatan manajerial dan kepemimpinan, pendekatan PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy), serta bentuk-bentuk strategi diversifikasi.

Melalui pendekatan-pendekatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pendidikan agama Islam yang baik haruslah mampu mengakomodasi kebutuhan dan harapan para siswa, guru, dan stakeholders lainnya. Strategi tersebut juga harus mempertimbangkan aspek finansial dan pemasaran, serta mampu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses belajar-mengajar.

Selain itu, peran kepemimpinan yang kuat dan efektif juga menjadi faktor penting dalam merencanakan strategi pendidikan agama Islam yang sukses. Kepemimpinan yang mampu memotivasi, menginspirasi, dan memimpin dengan teladan akan mampu menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan mendorong siswa untuk meraih prestasi yang lebih baik.

Dalam konteks perencanaan strategi pendidikan agama Islam, Al-Quran menjadi pedoman yang sangat penting. Al-Quran menyediakan prinsip-prinsip yang dapat dijadikan landasan dalam merencanakan strategi pendidikan yang berkualitas dan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan mengacu pada Al-Quran, lembaga pendidikan Islam dapat membangun pendekatan yang holistik, yang tidak hanya berfokus pada aspek akademik tetapi juga pada pengembangan karakter siswa dalam aspek keagamaan dan moral.

Secara keseluruhan, perencanaan strategi pendidikan agama Islam yang baik haruslah menyeluruh dan holistik, mempertimbangkan berbagai aspek termasuk keuangan, pemasaran, teknologi, kepemimpinan, dan prinsip-prinsip Al-Quran. Dengan merencanakan strategi pendidikan yang baik, lembaga pendidikan Islam dapat memberikan pelayanan pendidikan yang lebih baik dan sesuai dengan tuntutan zaman.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Attas, S. N. (2013). Konsep pendidikan dalam Islam. Penerbit Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka
- Bungin, B. (2010). Metodologi penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya. Kencana Prenada Media Group.
- Departemen RI Jakarta, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta: Al Huda Kelompok Gema Insani, 2022
- Hidayatullah, M. (2016). Kepemimpinan dan manajemen pendidikan Islam. Ar-Ruzz Media.
- Hooley, G., Piercy, N., & Nicoulaud, B. (2011). Marketing Strategy and Competitive Positioning. Prentice Hall.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy: Text & Cases*. Pearson Education.
- Jain, S. C., & Saini, K. S. (2013). Marketing Planning & Strategy. FK Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lilien, G. L., Kotler, P., & Moorthy, K. S. (1992). Marketing Models. *Prentice-Hall*.
- Piercy, N. F. (2009). Market-Led Strategic Change: Transforming the Process of Going to Market. Routledge.
- Priyatmoko, S. (2018). Analisis SWOT: teori, konsep, dan aplikasi. Mitra Wacana Media.
- Mangkunegara, A. P. (2010). Manajemen sumber daya manusia perusahaan. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2010). Metode research (penelitian) sosial. Bumi Aksara.
- Jain, S. C., & Saini, K. S. (2013). Marketing planning & strategy. FK Publications.
- Priyatmoko, S. (2018). Analisis SWOT: teori, konsep, dan aplikasi. Mitra Wacana Media
- Rakhmat, J. (2013). Psikologi komunikasi: teori dan aplikasi. Remaja Rosdakarya.