

---

## **PERENCANAAN STRATEGIK BERBASIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH: STUDI KASUS DI MTSN 2 KOTA BEKASI**

Maman<sup>1</sup>, Wiwik<sup>2</sup>, Imroni<sup>3</sup>, Alfian Surury<sup>4</sup>, Cucu Yulianti<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Islam Nusantara

[maman.suherman0604@gmail.com](mailto:maman.suherman0604@gmail.com)<sup>1</sup>, [wiwikaryani10@gmail.com](mailto:wiwikaryani10@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[imroni.iim1103@gmail.com](mailto:imroni.iim1103@gmail.com)<sup>3</sup>, [alfansurury15@gmail.com](mailto:alfansurury15@gmail.com)<sup>4</sup>, [cucuyulianti15@gmail.com](mailto:cucuyulianti15@gmail.com)<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

Perencanaan strategik merupakan pilar utama dalam pengelolaan pendidikan berbasis mutu dan adaptif terhadap dinamika global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi perencanaan strategik di MTsN 2 Kota Bekasi dalam meningkatkan daya saing lembaga di tengah tantangan era digital, khususnya pada aspek promosi, integrasi teknologi, dan penguatan branding kelembagaan. Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi partisipatif. Temuan menunjukkan bahwa MTsN 2 Kota Bekasi menghadapi tantangan dalam manajemen media sosial, keterbatasan pelatihan teknologi, serta rendahnya partisipasi orang tua dalam promosi madrasah. Namun, melalui perencanaan strategik berbasis SWOT dan integrasi teknologi edukatif, madrasah mampu merumuskan strategi adaptif yang meningkatkan minat peserta didik baru. Penelitian ini merekomendasikan penguatan sinergi antar pemangku kepentingan serta pengembangan kapasitas SDM dalam perencanaan berbasis data.

**Kata Kunci:** Perencanaan Strategik, Daya Saing Madrasah, Teknologi Digital, SWOT, Manajemen Pendidikan.

### **ABSTRACT**

*Strategic planning is a central pillar in quality-oriented and adaptive educational management. This study aims to analyze the implementation of strategic planning at MTsN 2 Kota Bekasi in improving institutional competitiveness in the digital era, particularly in the aspects of promotion, technology integration, and institutional branding. The method used is a qualitative case study with a descriptive-analytical approach. Data were collected through in-depth interviews, documentation, and participatory observation. The findings show that MTsN 2 Kota Bekasi faces challenges in social media management, limited digital training, and low parental involvement in promotion. However, through SWOT-based strategic planning and educational technology integration, the madrasa succeeded in formulating adaptive strategies*

---

*that increase student interest. This study recommends strengthening stakeholder synergy and developing human resource capacity in data-based planning.*

**Keywords:** *Strategic Planning Madrasah Competitiveness Digital Technology SWOT Education Management.*

## **A. PENDAHULUAN**

Revolusi digital telah mengubah lanskap pendidikan secara drastis, termasuk dalam manajemen kelembagaan pendidikan Islam seperti madrasah. Perubahan ini ditandai oleh meningkatnya penggunaan teknologi dalam berbagai aspek pendidikan, dari proses pembelajaran hingga tata kelola kelembagaan. Di kota-kota besar seperti Bekasi, kompetisi antarlembaga pendidikan semakin ketat, tidak hanya dalam aspek mutu akademik tetapi juga dalam strategi promosi dan branding kelembagaan. Lembaga pendidikan dituntut untuk mampu menampilkan citra yang kuat di ranah publik, baik secara luring maupun daring. Berdasarkan hasil monitoring internal MTsN 2 Kota Bekasi, terjadi penurunan tren pendaftar siswa baru pada dua tahun terakhir, khususnya dari kalangan masyarakat menengah perkotaan yang kini lebih memilih sekolah berbasis teknologi dan unggulan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun madrasah telah memiliki kekuatan dari sisi nilai religius, namun aspek daya saing kelembagaan masih menghadapi tantangan signifikan.

Permasalahan utama dalam konteks ini adalah belum optimalnya implementasi perencanaan strategik berbasis digital yang dapat menjawab tantangan era informasi. Promosi lembaga melalui media sosial madrasah masih bersifat konvensional dan cenderung insidental, serta kurang terintegrasi dengan strategi branding yang sistematis dan berkelanjutan. Kurangnya alokasi anggaran dan perhatian dalam pengembangan divisi promosi digital juga menjadi faktor penghambat. Di sisi lain, pelatihan literasi digital bagi guru dan tenaga kependidikan belum menjadi agenda prioritas dalam rencana kerja madrasah tahunan. Hal ini berdampak pada minimnya inovasi dalam strategi publikasi dan kurang menariknya tampilan digital lembaga di mata calon peserta didik dan orang tua mereka.

Kondisi tersebut diperparah dengan terbatasnya sinergi antara pihak manajemen madrasah dan guru-guru muda yang sebenarnya memiliki potensi kuat dalam pengembangan konten digital. Padahal, keterlibatan generasi muda dalam tim promosi dapat memberikan sentuhan kekinian yang sangat dibutuhkan dalam membangun citra lembaga yang dinamis dan progresif. Ketiadaan tim kreatif yang khusus menangani media sosial menyebabkan pesan-

pesan kelembagaan yang dipublikasikan cenderung monoton dan tidak mampu bersaing dengan konten dari sekolah-sekolah swasta yang lebih profesional dalam mengelola citra digital mereka.

Penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji perencanaan strategik dalam konteks sekolah dasar dan menengah. Misalnya, Arifin et al. (2024) melalui studi di SD Negeri 03 Wanamulya menunjukkan bahwa keberhasilan perencanaan strategik sangat ditentukan oleh penguatan kerja sama dengan pemangku kepentingan dan pengelolaan risiko berbasis SWOT<sup>1</sup>. Demikian pula, Astuti, Lailiyah, dan Soedjono (2024) menegaskan pentingnya integrasi teknologi dalam perencanaan strategik pendidikan guna menghadapi era digital yang menuntut respons cepat dan adaptif<sup>2</sup>. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana perencanaan strategik dapat menjadi instrumen untuk meningkatkan daya saing madrasah negeri di wilayah urban dengan pendekatan berbasis media sosial dan literasi digital.

Selain itu, kajian Aisyah dkk. (2024) menekankan pentingnya perencanaan strategis yang tidak hanya bersifat administratif, melainkan juga berorientasi pada output dan outcome yang terukur<sup>3</sup>. Dalam hal ini, keberhasilan suatu madrasah dalam meningkatkan daya saingnya sangat bergantung pada sejauh mana perencanaan tersebut mampu menjawab kebutuhan zaman dan disesuaikan dengan karakteristik masyarakat perkotaan yang lebih kritis dan digital literate.

Berdasarkan telaah tersebut, maka gap penelitian ini terletak pada kurangnya studi yang menghubungkan antara perencanaan strategik, manajemen media sosial, dan peningkatan daya saing kelembagaan madrasah dalam konteks madrasah negeri di wilayah perkotaan seperti MTsN 2 Kota Bekasi. Padahal, kondisi kekinian menuntut lembaga pendidikan untuk bukan hanya unggul dalam aspek kurikulum, tetapi juga dalam pengelolaan citra lembaga di ruang digital. Citra positif yang dibangun melalui kanal digital menjadi salah satu indikator kepercayaan publik, yang pada akhirnya berdampak langsung pada minat pendaftar dan daya saing lembaga.

---

<sup>1</sup> Andi Dwi Arifin dkk., "STRATEGI PENINGKATAN MUTU SEKOLAH BERBASIS ANALISIS SWOT DI SD NEGERI 03 WANAMULYA," *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 9, no. 04 (1 Desember 2024): 1036–45, <https://doi.org/10.23969/jp.v9i04.19935>.

<sup>2</sup> Dwi Hajar Fitri Astuti dkk., "PERENCANAAN STRATEGIK BERBASIS TEKNOLOGI DALAM ERA PENDIDIKAN DIGITAL," *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 9, no. 04 (20 Desember 2024): 195–209, <https://doi.org/10.23969/jp.v9i04.20459>.

<sup>3</sup> Juwita Nur Aisyah dkk., "Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi," *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 4 (30 Mei 2024): 147–55, <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i4.392>.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi perencanaan strategik di MTsN 2 Kota Bekasi sebagai upaya peningkatan daya saing madrasah di era digital, khususnya pada aspek promosi digital, integrasi teknologi, dan penguatan branding kelembagaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritik dan praktis dalam pengembangan strategi manajemen pendidikan Islam yang relevan dengan tuntutan zaman.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus karena dinilai paling tepat untuk menggali secara mendalam dinamika perencanaan strategik yang diterapkan oleh MTsN 2 Kota Bekasi dalam meningkatkan daya saing kelembagaan di era digital. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena berdasarkan perspektif para pelaku kebijakan di madrasah secara kontekstual dan mendalam. Metode studi kasus dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada satu kasus spesifik, yakni strategi kelembagaan MTsN 2 Kota Bekasi dalam mengelola promosi digital dan penguatan branding kelembagaan melalui perencanaan strategik. Pendekatan ini selaras dengan pendapat Sugiyono (2016) bahwa studi kasus kualitatif cocok digunakan untuk menggambarkan suatu kondisi atau fenomena secara naturalistik dalam konteks yang nyata<sup>4</sup>.

Partisipan dalam penelitian ini meliputi kepala madrasah, wakil kepala bidang kurikulum, ketua tim humas, serta dua guru yang aktif dalam pengelolaan media sosial madrasah. Partisipan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan bahwa mereka terlibat langsung dalam proses perencanaan dan pelaksanaan strategi madrasah. Lokasi penelitian adalah MTsN 2 Kota Bekasi, dan kegiatan pengumpulan data dilakukan selama dua bulan, yakni Maret hingga April 2025. Kriteria pemilihan partisipan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam kebijakan perencanaan strategik dan praktik digitalisasi promosi madrasah.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang telah divalidasi secara substansi oleh dua ahli manajemen pendidikan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas digitalisasi promosi dan rapat perumusan strategi

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif kualitatif dan RD* (Alfabeta, 2016), <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/204383/metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.

kelembagaan. Dokumentasi yang dianalisis mencakup Rencana Kerja Tahunan Madrasah (RKTm), laporan program promosi, dan arsip digital media sosial madrasah. Teknik pengumpulan data ini sejalan dengan panduan Arifin (2015) dalam penelitian kualitatif, yakni menggabungkan berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang holistik<sup>5</sup>.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara dan lembar observasi. Pedoman wawancara mencakup pertanyaan terbuka seputar proses perencanaan strategik, strategi branding madrasah, tantangan yang dihadapi, serta upaya penguatan teknologi informasi. Instrumen telah diuji kejelasan dan keterbacaannya melalui uji coba terbatas kepada dua guru dari madrasah lain yang memiliki karakteristik serupa. Lembar observasi digunakan untuk mencatat dinamika diskusi perencanaan dan penggunaan platform media sosial secara langsung selama proses promosi PPDB berlangsung.

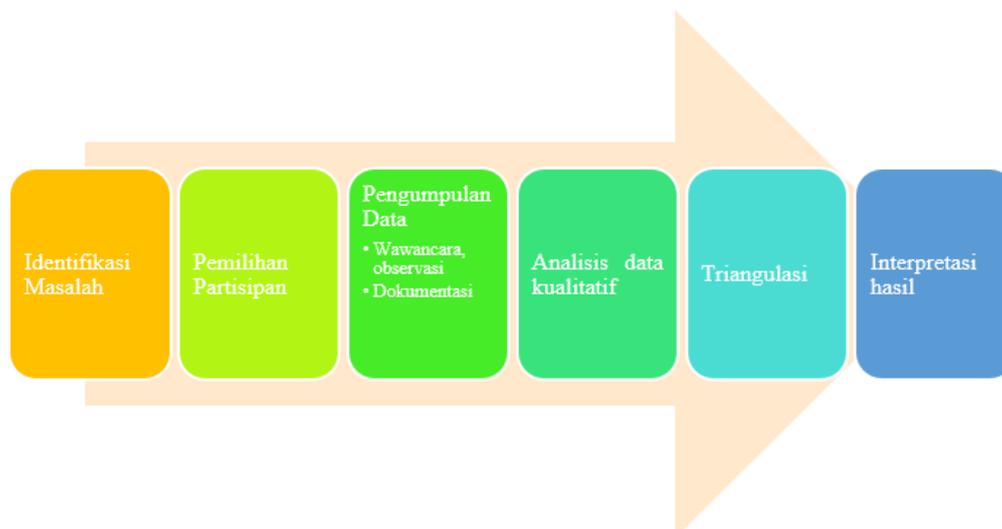
Untuk memastikan validitas data, peneliti melakukan triangulasi teknik dan sumber, yakni membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen yang relevan. Peneliti juga menerapkan teknik member check, yaitu mengonfirmasi kembali temuan data kepada partisipan untuk menghindari kesalahan interpretasi. Validasi data dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian. Teknik ini digunakan sebagaimana yang direkomendasikan oleh Nasution (2003) dalam evaluasi keabsahan data kualitatif.

Selama proses penelitian, peneliti hadir secara langsung dalam kegiatan-kegiatan strategik madrasah dan menjaga keterlibatan secara etis. Peneliti berperan sebagai pengamat partisipatif, mencatat secara rinci proses interaksi, pernyataan naratif partisipan, serta konteks-konteks yang melingkupi praktik perencanaan strategik yang diamati. Dalam hal ini, kehadiran peneliti tidak hanya bersifat pasif namun juga aktif menciptakan kepercayaan dan membangun dialog terbuka dengan partisipan.

Untuk menjaga sistematika penelitian, peneliti menyusun matriks temuan lapangan yang kemudian dianalisis secara tematik. Setiap kategori data dianalisis untuk menemukan pola dan kecenderungan yang merepresentasikan strategi, tantangan, dan solusi dalam praktik perencanaan strategik. Hasil analisis selanjutnya dibandingkan dengan temuan-temuan dari jurnal atau studi sebelumnya untuk melihat posisi temuan ini dalam peta literatur yang lebih luas. Berikut adalah ilustrasi desain penelitian dalam bentuk bagan:

---

<sup>5</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015).



Bagan 1. Desain Penelitian

Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran utuh dan mendalam tentang praktik perencanaan strategik di madrasah serta menyumbang rekomendasi konstruktif bagi pengembangan manajemen kelembagaan pendidikan Islam di era digital.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik perencanaan strategik di MTsN 2 Kota Bekasi terbentuk melalui kombinasi antara pengalaman empirik, inisiatif pimpinan madrasah, serta keterbatasan struktural dalam pengelolaan promosi dan branding kelembagaan. Berdasarkan wawancara dengan kepala madrasah dan ketua tim humas, ditemukan bahwa penyusunan strategi promosi digital belum didasarkan pada data analitik yang terukur. Strategi yang dijalankan lebih bersifat spontan dan responsif, bukan berbasis perencanaan jangka panjang yang terstruktur dan berkelanjutan.

Dalam observasi terhadap aktivitas pengelolaan media sosial madrasah, peneliti menemukan bahwa akun Instagram dan TikTok madrasah hanya diaktifkan menjelang masa Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), dan tidak memiliki kalender konten tahunan. Padahal, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa integrasi media sosial dalam strategi branding madrasah dapat meningkatkan minat pendaftar secara signifikan<sup>6</sup>. Kondisi ini menunjukkan

<sup>6</sup> Ningsih dan Purnama, "Penerapan Manajemen Media Sosial dalam Penerimaan Siswa Baru," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5-2 (2020): 142-56.

adanya ketimpangan antara potensi teknologi yang dimiliki dengan optimalisasi penggunaannya dalam konteks promosi kelembagaan.

Selain itu, konten yang dipublikasikan pada platform digital madrasah masih bersifat informatif dasar dan kurang mengedepankan nilai jual lembaga secara visual dan naratif. Konten belum dirancang untuk membangun emotional engagement dengan calon peserta didik maupun orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa branding digital belum menjadi bagian integral dari perencanaan strategik madrasah.

**Tabel 1 berikut merangkum temuan utama penelitian berdasarkan kategori SWOT:**

**Tabel 1. Ringkasan Temuan Analisis SWOT di MTsN 2 Kota Bekasi**

No	Kategori	Temuan Lapangan
1	Strength	SDM bersertifikasi, nilai religius kuat
2	Weakness	Promosi digital lemah, pelatihan teknologi minim
3	Opportunity	Antusiasme masyarakat terhadap madrasah
4	Threat	Persaingan sekolah IT dan branding sekolah swasta

Temuan ini diperkuat dengan analisis dokumen RKTm dan laporan evaluasi program. Tidak ditemukan adanya indikator keberhasilan digitalisasi promosi dalam dokumen perencanaan tersebut. Hal ini menegaskan pentingnya reformulasi strategi dengan pendekatan digital berbasis data, sebagaimana direkomendasikan oleh Astuti dkk<sup>7</sup>. Ketiadaan indikator digital ini menunjukkan kurangnya perhatian terhadap pengukuran kinerja komunikasi publik berbasis media sosial.

Interpretasi terhadap temuan ini menunjukkan bahwa kendala utama bukan terletak pada keterbatasan teknologi, melainkan pada minimnya literasi perencanaan strategik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Temuan ini menguatkan hasil studi Setiawan dkk. (2024) yang menyatakan bahwa model perencanaan strategik yang adaptif sangat dibutuhkan oleh institusi pendidikan Islam untuk meningkatkan performa kelembagaan di era digital<sup>8</sup>. Literasi manajerial yang rendah terhadap platform digital menjadi salah satu penghambat utama dalam transisi ini.

<sup>7</sup> Astuti dkk., "PERENCANAAN STRATEGIK BERBASIS TEKNOLOGI DALAM ERA PENDIDIKAN DIGITAL."

<sup>8</sup> Heri Setiawan, Rais Hidayat, dan Taufik Ridwan, "Analisis Perbandingan Model - Model Perencanaan Strategik Pada Organisasi Pendidikan," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 1 (24 Januari 2024): 445–55, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1.14853>.

Lebih jauh, penelitian ini juga menemukan bahwa ada potensi besar dari keterlibatan guru-guru muda yang memiliki keterampilan teknologi namun belum difasilitasi secara struktural. Mereka menyatakan minat untuk terlibat dalam pengembangan konten media sosial, namun belum ada sistem koordinasi yang memadai. Minimnya ruang partisipatif membuat inisiatif individu tidak berkembang menjadi program kolektif yang mendukung perencanaan strategik madrasah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategik di MTsN 2 Kota Bekasi masih bersifat normatif dan belum sepenuhnya menjawab tantangan digitalisasi. Diperlukan strategi reorientasi yang melibatkan pemetaan SDM berbasis kompetensi digital, integrasi teknologi dalam penyusunan program madrasah, serta evaluasi berkelanjutan berbasis data dan umpan balik masyarakat. Strategi tersebut harus didukung oleh penguatan budaya organisasi yang adaptif terhadap teknologi dan partisipasi lintas generasi dalam pengambilan keputusan kelembagaan.

#### **D. KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi perencanaan strategik di MTsN 2 Kota Bekasi belum optimal dalam menjawab tantangan digitalisasi, khususnya pada aspek promosi dan branding kelembagaan. Potensi sumber daya internal seperti guru muda dengan kompetensi digital belum dimaksimalkan secara sistematis. Strategi yang diterapkan masih bersifat normatif dan belum berbasis data. Oleh karena itu, madrasah memerlukan perencanaan strategik yang lebih adaptif, berbasis teknologi, dan melibatkan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan guna meningkatkan daya saing kelembagaan secara berkelanjutan di era digital yang kompetitif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Aisyah, Juwita Nur, M. Alfi Aulia, Qurotul Ayuni, dan Muallimin Muallimin. "Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi." *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 4 (30 Mei 2024): 147–55. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i4.392>.
- Arifin, Andi Dwi, Siti Solekha, Tika Ardiani, dan Ngurah Ayu Nyoman Murniati. "STRATEGI PENINGKATAN MUTU SEKOLAH BERBASIS ANALISIS SWOT DI SD NEGERI

- 03 WANAMULYA.” *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 9, no. 04 (1 Desember 2024): 1036–45. <https://doi.org/10.23969/jp.v9i04.19935>.
- Astuti, Dwi Hajar Fitri, Muhimatul Lailiyah, Yanti Yuni Astuti, dan Ngurah Ayu Nyoman Murniati. “PERENCANAAN STRATEGIK BERBASIS TEKNOLOGI DALAM ERA PENDIDIKAN DIGITAL.” *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 9, no. 04 (20 Desember 2024): 195–209. <https://doi.org/10.23969/jp.v9i04.20459>.
- Ningsih dan Purnama. “Penerapan Manajemen Media Sosial dalam Penerimaan Siswa Baru.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5–2 (2020): 142–56.
- Setiawan, Heri, Rais Hidayat, dan Taufik Ridwan. “Analisis Perbandingan Model - Model Perencanaan Strategik Pada Organisasi Pendidikan.” *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 1 (24 Januari 2024): 445–55. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1.14853>.
- Sugiyono. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif kualitatif dan RD*. Alfabeta, 2016. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/204383/metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.