YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v5i6.8204

STRATEGI BRANDING PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MENYONGSONG INDONESIA EMAS 2045: TRANSFORMASI KURIKULUM, DIGITALISASI, DAN PENGUATAN KARAKTER GENERASI EMAS

Branding Strategy for Islamic Religious Education toward Golden Indonesia 2045: Curriculum Transformation, Digitalization, and Strengthening the Character of the Golden Generation

Fahmi Idris & Agi Saputra
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
fahmiidris182002@gmail.com; agisaputra362@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Oct 27, 2025	Nov 19, 2025	Dec 1, 2025	Dec 6, 2025

Abstract

Although efforts to strengthen Islamic Religious Education (*Pendidikan Agama Islam*, PAI) within the framework of national development have been widely discussed, studies that specifically address the gap between the actual condition of PAI and the competency demands of the *Indonesia Emas 2045* generation remain limited. This study aims to comprehensively analyze the opportunities and challenges of PAI and to formulate an integrative PAI branding strategy through curriculum transformation, learning digitalization, and the strengthening of character and religious moderation. A qualitative approach was employed using a literature study design based on thematic synthesis, involving 30 scientific and policy documents selected through purposive sampling. Data were collected using document analysis sheets and examined through content analysis, comprising stages of reduction, categorization, interpretation, and source triangulation. The findings indicate that PAI has three main opportunities—

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

character strengthening, learning digitalization, and religious moderation—that are aligned with the vision of *Indonesia Emas 2045*. However, several significant challenges were identified, including misalignment between the curriculum and twenty-first-century competencies, low levels of teachers' digital literacy, disparities in educational quality across regions, and a weak public image regarding the effectiveness of PAI. Further analysis identifies six dominant branding strategies, namely curriculum revitalization, enhancement of teacher professionalism, character strengthening, optimization of digital technology, development of life skills, and mainstreaming of religious moderation. This study underscores the importance of repositioning PAI as a strategic pillar of national development and urges policymakers to design systemic, adaptive, and evidence-based branding strategies. Its implications include theoretical contributions to the development of Islamic education branding concepts and practical guidance for schools, teachers, and government in improving the quality of PAI in support of *Indonesia Emas 2045*.

Keywords: Islamic Religious Education; PAI Branding; Golden Indonesia 2045; Learning Digitalization; Religious Moderation; Educational Strategies

Abstrak: Meskipun isu penguatan Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam konteks pembangunan nasional telah banyak dikaji, penelitian yang secara khusus menyoroti kesenjangan antara kondisi aktual PAI dengan tuntutan kompetensi generasi Indonesia Emas 2045 masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis secara komprehensif peluang dan tantangan PAI serta merumuskan strategi *branding* PAI yang integratif melalui transformasi kurikulum, digitalisasi pembelajaran, dan penguatan karakter serta moderasi beragama. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi literatur berbasis sintesis tematik, melibatkan 30 dokumen ilmiah dan kebijakan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan lembar analisis dokumen dan dianalisis dengan *content analysis* melalui tahapan reduksi, kategorisasi, interpretasi, dan triangulasi sumber. Hasil kajian menunjukkan bahwa PAI memiliki tiga peluang utama, yakni penguatan karakter, digitalisasi pembelajaran, dan moderasi beragama, yang selaras dengan visi Indonesia Emas 2045. Namun demikian, ditemukan sejumlah tantangan signifikan berupa ketidaksesuaian kurikulum dengan kompetensi abad ke-21, rendahnya literasi digital guru, disparitas mutu pendidikan antarwilayah, dan lemahnya citra publik terhadap efektivitas PAI. Temuan lainnya mengidentifikasi enam strategi *branding* yang dominan, yaitu revitalisasi kurikulum, peningkatan profesionalisme guru, penguatan karakter, optimalisasi teknologi digital, pengembangan kecakapan hidup, dan pengarusutamaan moderasi beragama. Penelitian ini menegaskan pentingnya reposisi PAI sebagai pilar strategis pembangunan bangsa dan mendorong pemangku kebijakan untuk merumuskan strategi *branding* yang sistemik, adaptif, dan berbasis bukti. Implikasi penelitian mencakup kontribusi teoretis terhadap pengembangan konsep *branding* pendidikan Islam serta implikasi praktis bagi sekolah, guru, dan pemerintah dalam penguatan mutu PAI menuju Indonesia Emas 2045.

Kata Kunci: Pendidikan Agama Islam; *Branding* PAI; Indonesia Emas 2045; Digitalisasi Pembelajaran; Moderasi Beragama; Strategi Pendidikan

PENDAHULUAN

Visi besar Indonesia Emas 2045 menandai tekad nasional untuk mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang unggul, berdaya saing global, serta memiliki karakter kebangsaan yang kuat. Pada tahun tersebut, Indonesia diproyeksikan memasuki puncak bonus demografi, di mana sekitar 51% dari total populasi berada pada usia produktif (Bappenas, 2019). Kondisi ini membuka peluang transformasi ekonomi, sosial, dan budaya secara signifikan, tetapi sekaligus menghadirkan risiko apabila kualitas generasi produktif tidak dibarengi dengan kesiapan moral, spiritual, dan kompetensi abad ke-21. Di sinilah urgensi Pendidikan Agama Islam (PAI) menemukan relevansinya sebagai fondasi pembentukan karakter, integritas, dan literasi keagamaan yang moderat bagi generasi muda. Dengan demikian, PAI tidak hanya berkaitan dengan transmisi nilai-nilai keagamaan, tetapi juga menjadi pilar strategis dalam menopang visi Indonesia Emas 2045 melalui penguatan moralitas, literasi digital, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan global.

Namun, realitas pendidikan nasional memperlihatkan bahwa PAI masih menghadapi tantangan kompleks. Kurikulum PAI sering dinilai belum sepenuhnya mengakomodasi tuntutan kompetensi abad ke-21 seperti kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan kolaborasi (Antoni et al., 2025). Di sisi lain, percepatan teknologi digital melalui Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 menuntut guru serta peserta didik untuk mampu beradaptasi dengan inovasi digital, sedangkan tingkat literasi digital di kalangan guru PAI di berbagai daerah masih menunjukkan kesenjangan yang signifikan (Prayetno, 2025). Selain itu, penyebaran informasi keagamaan yang tidak tervalidasi di media sosial, maraknya ujaran kebencian, hingga berkembangnya paham ekstremisme menunjukkan bahwa peran PAI harus diperkuat tidak hanya pada ranah pedagogik, tetapi juga sebagai penangkal masalah sosial keagamaan yang mengancam harmoni bangsa (Mu'in et al., 2023). Tantangan ini semakin berat ketika melihat disparitas akses, mutu, dan fasilitas pendidikan Islam antara daerah perkotaan dan pedesaan (Dewi et al., 2025), yang secara tidak langsung memengaruhi kualitas proses pembelajaran PAI secara nasional.

Menanggapi tantangan tersebut, peneliti meyakini bahwa PAI perlu ditransformasikan secara konseptual maupun operasional. PAI harus melampaui paradigma lama yang hanya menekankan hafalan dan transfer pengetahuan keagamaan, menuju paradigma transformatif yang integratif, humanis, berbasis kompetensi, dan responsif terhadap perkembangan teknologi. PAI harus tampil sebagai kekuatan strategis yang

membentuk peserta didik menjadi pribadi berakhlak mulia, cerdas secara spiritual dan intelektual, serta mampu beradaptasi dengan dinamika global. Sikap ini selaras dengan pandangan Jamal (2025) yang menegaskan bahwa masa depan pendidikan Islam menuntut pergeseran dari model pembelajaran konvensional menuju pembelajaran kolaboratif, teknologi adaptif, dan penguatan nilai moderasi beragama. Selanjutnya, nilai-nilai Islam seperti keadilan, amanah, tanggung jawab sosial, kepedulian, dan toleransi menjadi modal utama dalam membentuk generasi emas yang berintegritas dan siap berkontribusi bagi pembangunan bangsa (Masripah et al., 2025). Dengan demikian, peneliti menegaskan bahwa PAI memiliki urgensi strategis bukan hanya sebagai mata pelajaran, tetapi sebagai pilar moral pembangunan nasional.

Meskipun beberapa kajian telah menyoroti peluang dan tantangan PAI di era digital, penelitian-penelitian tersebut masih bersifat parsial. Dewi et al. (2025) meneliti implementasi e-learning dalam pendidikan Islam, namun belum menghubungkannya secara sistematis dengan agenda Indonesia Emas 2045. Penelitian Idin & Marwan (2024) menekankan disparitas kualitas guru, tetapi tidak membahas implikasinya terhadap positioning PAI secara nasional. Kajian lain oleh Kurniawan & Afifi (2024) membahas peran media sosial dalam moderasi beragama, namun belum merumuskan strategi menuju branding PAI yang terpadu. Sementara itu, studi Antoni et al. (2025) hanya fokus pada persoalan kurikulum dan kompetensi guru. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian *(research gap)* berupa belum adanya kajian komprehensif yang secara langsung merumuskan strategi branding PAI melalui integrasi tiga dimensi utama transformasi kurikulum, digitalisasi pembelajaran, dan penguatan karakter serta moderasi beragama dalam kerangka besar Indonesia Emas 2045. Celah inilah yang menjadi urgensi akademik bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi baru.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penyusunan model strategi branding PAI yang bersifat integratif dan futuristik, yang tidak hanya mempertimbangkan aspek pedagogik tetapi juga citra, identitas, dan positioning PAI di tingkat nasional. Secara teoretis, penelitian ini didasarkan pada teori branding strategis dalam pendidikan, teori pendidikan karakter modern (Lickona, 2012), paradigma moderasi beragama Kementerian Agama (RI, 2019), serta teori transformasi pendidikan Islam kontemporer. Kombinasi teori tersebut menghasilkan kerangka analisis yang memungkinkan PAI diposisikan sebagai fondasi moral bangsa, pelopor pembelajaran digital yang inovatif, dan penjaga harmoni kebangsaan. Pendekatan ini sekaligus mempertegas bahwa PAI dapat menjadi bagian dari strategi pembangunan nasional,

bukan sekadar sebagai mata pelajaran, tetapi sebagai *brand* pendidikan yang memiliki nilai strategis bagi masa depan Indonesia.

Bertolak dari uraian tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis dan merumuskan strategi branding PAI dalam menyongsong Indonesia Emas 2045 secara komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi isu strategis yang memengaruhi penguatan PAI di era digital dan bonus demografi; (2) menjelaskan kesenjangan antara kondisi aktual PAI dan tuntutan kompetensi generasi emas; dan (3) menyusun strategi branding PAI yang meliputi transformasi kurikulum, penguatan kapasitas pendidik, digitalisasi pembelajaran, penguatan karakter, dan moderasi beragama. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam memperkuat positioning PAI sebagai pilar moral-spiritual bangsa sekaligus sebagai instrumen strategis untuk menyukseskan visi Indonesia Emas 2045.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis, karena tujuan penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap konsep, teori, serta hasil kajian empiris yang berkaitan dengan strategi branding Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam menyongsong Indonesia Emas 2045. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan data secara kontekstual dan menyeluruh, berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan pengukuran numerik. Pendekatan ini relevan dengan karakter penelitian kontemporer yang menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam menafsirkan makna dari dokumen dan data non statistik (Creswell & Poth, 2018). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menggali secara lebih mendalam relasi antara kurikulum PAI, digitalisasi pendidikan, penguatan karakter, serta moderasi beragama.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi literatur *(library research)* dengan model sintesis tematik. Desain ini dipilih karena isu yang dikaji berkaitan dengan konsep strategis, kebijakan nasional, dan tren perkembangan pendidikan Islam yang hanya dapat dipahami melalui telaah mendalam terhadap literatur ilmiah dan dokumen resmi. Desain ini memungkinkan peneliti mengintegrasikan teori pendidikan karakter, moderasi beragama, digitalisasi pembelajaran, dan *model branding* pendidikan menjadi satu kerangka konseptual yang utuh (Snyder, 2019). Proses sintesis dilakukan melalui identifikasi literatur inti,

pemilahan tema, dan integrasi temuan-teori, sehingga menghasilkan rancangan strategi branding PAI yang sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, partisipan bukan berupa individu, melainkan dokumen ilmiah dan kebijakan yang relevan. Dokumen tersebut meliputi artikel jurnal nasional dan internasional, buku ilmiah, laporan lembaga pemerintah, naskah visi Indonesia 2045, dan publikasi akademik terbaru tentang pendidikan Islam. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, karena peneliti memilih dokumen berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kontribusinya terhadap pembahasan. Dari proses penelusuran lebih dari 60 dokumen awal, peneliti menentukan 30 dokumen utama yang paling relevan, terutama literatur dalam rentang 2018-2025 untuk menjaga relevansi konteks kekinian (Rahman, 2021; Yusuf & Arifin, 2022; Rohman & Ahmadi, 2023). Pemilihan sumber ini mempertimbangkan kesesuaian tema dengan digitalisasi PAI, pengembangan karakter, moderasi beragama, dan strategi branding dalam pendidikan.

Instrumen penelitian berupa lembar analisis dokumen yang disusun peneliti untuk memandu proses ekstraksi dan kategorisasi informasi. Instrumen ini mencakup komponen: identitas publikasi, tujuan penelitian, hasil utama, relevansi terhadap strategi branding PAI, serta keterkaitan dengan visi Indonesia Emas 2045. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui empat tahap: (1) penelusuran dokumen melalui Google Scholar, DOAJ, Portal Garuda, Scopus preview, dan repositori lembaga pemerintah; (2) seleksi awal berdasarkan judul dan abstrak; (3) pembacaan penuh dan pencatatan temuan kunci; dan (4) pengorganisasian data ke dalam tabel sintesis tematik. Prosedur ini mengikuti standar *systematic literature exploration* yang lazim digunakan dalam penelitian pendidikan dan sosial (Aromataris & Pearson, 2020).

Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis isi *(content analysis)* yang dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah reduksi data melalui pemilihan informasi yang relevan dari setiap sumber. Tahap kedua, kategorisasi data, dilakukan dengan mengelompokkan isi literatur ke dalam tema: peluang PAI, tantangan PAI, digitalisasi, strategi branding, dan penguatan moderasi. Tahap ketiga adalah interpretasi, yaitu memberikan makna terhadap hubungan antar kategori dengan memperhatikan konteks sosial keagamaan dan kebijakan pendidikan nasional (Miles, Huberman & Saldana, 2020). Tahap keempat, triangulasi sumber, dilakukan dengan membandingkan temuan dari berbagai publikasi untuk memastikan keabsahan dan konsistensi data (Lincoln & Guba, 2018). Tahap

kelima, penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan strategi branding PAI secara sistematis berdasarkan hasil sintesis tematik. Dengan teknik analisis ini, penelitian mampu mengkonstruksi pemahaman komprehensif tentang bagaimana PAI dapat diposisikan sebagai pilar strategis dalam mewujudkan Indonesia Emas 2045.

Metode penelitian ini dirancang untuk memastikan transparansi, koherensi, dan kemungkinan replikasi oleh peneliti lain. Pendekatan kualitatif berbasis studi literatur yang sistematis memungkinkan penelitian ini menghasilkan pemetaan strategi branding PAI yang berbasis bukti *(evidence based*), relevan dengan perkembangan pendidikan kontemporer, dan selaras dengan tuntutan pembangunan nasional.

HASIL

Analisis terhadap tiga puluh dokumen ilmiah, laporan kebijakan, dan publikasi akademik menghasilkan tiga kategori besar temuan penelitian yang muncul secara konsisten pada keseluruhan data. Ketiga kategori tersebut meliputi: (1) peluang strategis Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam menyongsong Indonesia Emas 2045, (2) tantangan utama dalam implementasi pendidikan PAI di berbagai wilayah, dan (3) strategi branding PAI yang paling banyak muncul dalam literatur. Penentuan kategori ini diperoleh melalui proses pengkodean tematik, pemeriksaan konsistensi antar dokumen, dan pencatatan frekuensi kemunculan tema tanpa memberikan penafsiran teoretis maupun argumentatif. Seluruh data disajikan sebagaimana adanya sesuai prinsip penyajian hasil penelitian yang objektif dan bebas bias interpretatif.

Peluang strategis Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam menyongsong Indonesia Emas 2045

Dari tiga puluh dokumen yang dianalisis, sebanyak dua puluh dua dokumen menunjukkan data tentang peran penting PAI dalam membentuk karakter bangsa. Dokumen-dokumen tersebut menyoroti bahwa pendidikan agama Islam berkontribusi pada penguatan nilai integritas, tanggung jawab, etika moral, dan orientasi sosial peserta didik. Fokus penguatan karakter menjadi salah satu peluang utama karena sebagian besar publikasi mencatat bahwa karakter merupakan pilar utama pembangunan SDM menuju Indonesia Emas 2045.

Selain peluang tersebut, sebanyak sembilan belas dokumen mencatat meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam pembelajaran PAI. Data tersebut menggambarkan bahwa pembelajaran PAI telah banyak memanfaatkan platform digital, video pembelajaran, aplikasi literasi Al-Qur'an berbasis daring, dan sumber belajar audiovisual. Peningkatan digitalisasi ini tercatat sebagai peluang besar karena memperluas akses materi, meningkatkan fleksibilitas belajar, dan memperkaya media pembelajaran. Peluang ketiga muncul dari dua puluh satu dokumen yang menegaskan bahwa PAI memegang peran strategis dalam penguatan moderasi beragama. Data menunjukkan bahwa program moderasi beragama telah masuk dalam kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler, pembiasaan sekolah, dan pelatihan pendidik, sehingga memperlihatkan bahwa penguatan moderasi menjadi salah satu fokus signifikan dalam konteks pembangunan nasional.

Tantangan utama dalam implementasi pendidikan PAI di berbagai wilayah

Dari seluruh dokumen yang dianalisis, dua puluh lima di antaranya menyatakan bahwa kurikulum PAI belum sepenuhnya selaras dengan tuntutan kompetensi abad ke-21, terutama terkait kemampuan berpikir kritis, kreativitas, komunikasi, dan kolaborasi. Tantangan kedua muncul dari dua puluh dua dokumen yang mencatat rendahnya literasi digital guru PAI. Data menunjukkan bahwa ketimpangan kemampuan digital ini mempengaruhi kualitas pembelajaran, terutama dalam penggunaan teknologi pendidikan yang semakin diperlukan. Selain itu, dua puluh satu dokumen memuat data tentang keterbatasan kompetensi pedagogik guru, termasuk kurangnya inovasi pembelajaran dan belum optimalnya penguasaan metode aktif.

Tantangan berikutnya muncul dari delapan belas dokumen yang mencatat adanya disparitas mutu pendidikan antarwilayah, terutama perbedaan sumber daya pendidikan antara wilayah perkotaan dan daerah 3T. Kemudian, sebanyak lima belas dokumen mencatat pengaruh globalisasi yang mengakibatkan melemahnya karakter peserta didik, termasuk kecenderungan individualisme dan menurunnya minat terhadap kegiatan keagamaan. Tantangan terakhir berasal dari empat belas dokumen yang menunjukkan bahwa citra publik terhadap pendidikan Islam masih belum optimal, terutama terkait persepsi masyarakat mengenai efektivitas PAI dalam membentuk karakter peserta didik di era digital.

Strategi branding PAI yang paling banyak muncul dalam literatur

Sebanyak dua puluh enam dokumen menunjukkan pola konsisten mengenai enam strategi utama yang direkomendasikan berbagai literatur. Strategi pertama adalah revitalisasi

kurikulum berbasis kompetensi abad ke-21, yang ditunjukkan melalui perbaikan struktur materi, penambahan konten literasi digital, dan integrasi nilai karakter. Strategi kedua adalah peningkatan profesionalisme guru, yang muncul dalam data berupa kebutuhan akan pelatihan berkelanjutan, supervisi instruksional, dan penguatan kompetensi pedagogik. Strategi ketiga adalah penguatan pendidikan karakter melalui integrasi nilai moral dan spiritual dalam setiap kegiatan pembelajaran. Strategi keempat yang juga banyak muncul adalah optimalisasi penggunaan teknologi digital, yang diwujudkan dalam penggunaan platform pembelajaran, modul digital, dan media berbasis audiovisual. Strategi kelima yang banyak direkomendasikan dalam literatur adalah pengembangan kecakapan hidup dan kewirausahaan peserta didik, terutama pada jenjang menengah. Strategi keenam yang muncul pada sejumlah dokumen adalah moderasi beragama, baik dalam kurikulum maupun kegiatan pembiasaan. Keenam strategi tersebut muncul berulang dalam sebagian besar dokumen sehingga membentuk pola yang jelas dalam data.

Tabel 1. Distribusi Tema Utama Berdasarkan Analisis Dokumen

Tema utama	Jumlah dokumen	Persentase Kemunculan
Peluang strategis PAI	22 dokumen	73%
Tantangan PAI	27 dokumen	90%
Digitalisasi pendidikan agama	19 dokumen	63%
Moderasi beragama	21 dokumen	70%
Revitalisasi kurikulum	18 dokumen	60%
Strategi branding PAI	26 dokumen	87

Sebagai bagian dari penyajian data yang sistematis, distribusi tema utama dalam dokumen juga direkonstruksi dalam bentuk deskripsi naratif. Dari keseluruhan data, peluang strategis PAI muncul dalam sekitar 73% dokumen, tantangan muncul dalam 90% dokumen, sementara strategi branding muncul dalam 87% dokumen. Pola data ini menunjukkan bahwa topik tantangan dan strategi merupakan tema yang paling sering dibahas dalam literatur, sementara peluang tetap menjadi aspek yang cukup dominan. Meskipun demikian, bagian ini hanya melaporkan distribusi data tanpa melakukan penafsiran mengenai penyebab maupun implikasinya.

Selain temuan utama, analisis juga menemukan beberapa data negatif atau anomali yang tidak mengikuti pola umum temuan mayoritas dokumen. Tiga dokumen menyebutkan bahwa digitalisasi pembelajaran PAI belum memberikan hasil yang signifikan terhadap

peningkatan capaian belajar peserta didik. Dua dokumen menyatakan bahwa beberapa madrasah kecil di daerah terpencil justru memiliki pelaksanaan moderasi beragama yang lebih kuat daripada lembaga besar yang memiliki sumber daya lebih memadai. Empat dokumen menunjukkan bahwa kurikulum PAI sebenarnya sudah relevan, namun implementasi yang tidak konsisten di lapangan membuatnya tampak tidak optimal. Dua dokumen lainnya menampilkan data bahwa sebagian guru PAI telah memiliki literasi digital yang tinggi, berbeda dengan mayoritas dokumen yang mencatat rendahnya kemampuan digital pendidik. Kehadiran data negatif ini disajikan sebagaimana adanya untuk menjaga objektivitas hasil penelitian.

Secara keseluruhan, bagian hasil ini memberikan gambaran menyeluruh tentang data faktual yang muncul dalam dokumen, mencakup peluang, tantangan, strategi branding, serta variasi temuan berupa data anomali. Tidak ada interpretasi maupun penjelasan teoretis yang disertakan, sehingga keseluruhan temuan dapat menjadi dasar objektif untuk dianalisis lebih lanjut dalam pembahasan.

PEMBAHASAN

Pembahasan ini disusun untuk menganalisis secara mendalam temuan-temuan penelitian yang telah diperoleh melalui proses studi literatur terhadap tiga puluh dokumen akademik dan kebijakan terkait Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam konteks Indonesia Emas 2045. Analisis difokuskan pada hubungan antara temuan penelitian dengan teori-teori relevan, hasil-hasil penelitian terdahulu, serta konteks pembangunan pendidikan nasional. Selain itu, pembahasan memberikan penafsiran terhadap makna temuan, mengidentifikasi kontribusi konseptual dan praktis, serta mengevaluasi keterbatasan penelitian secara reflektif. Dengan demikian, bagian pembahasan ini bukan sekadar ringkasan hasil, melainkan interpretasi komprehensif tentang kedudukan PAI dalam dinamika transformasi pendidikan era digital dan pembangunan nasional jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PAI memiliki tiga kelompok temuan utama, yaitu: peluang strategis, tantangan yang menghambat implementasi, dan strategi branding yang muncul secara konsisten di berbagai dokumen. Ketiga temuan ini mencerminkan lanskap pendidikan Islam yang sedang mengalami proses reposisi peran dalam sistem pendidikan nasional. Analisis terhadap peluang strategis PAI menunjukkan bahwa PAI memiliki kontribusi signifikan pada penguatan karakter, digitalisasi pembelajaran, dan

moderasi beragama. Ketiga peluang ini memiliki relevansi langsung dengan tujuan Indonesia Emas 2045 yang menekankan pembangunan manusia unggul, adaptif, dan berintegritas.

Dalam konteks penguatan karakter, temuan penelitian bahwa dua puluh dua dokumen menekankan peran PAI dalam pembentukan nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa pendidikan agama masih dipandang sebagai fondasi pembangunan moral bangsa. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu memahami bagaimana PAI dapat diberdayakan sebagai aset strategis melalui strategi branding. Temuan ini juga mendukung arah kebijakan pendidikan nasional yang menempatkan pendidikan karakter sebagai salah satu dari lima transformasi sistem pendidikan Indonesia. Dengan demikian, makna temuan ini menunjukkan bahwa PAI bukan sekadar mata pelajaran normatif, tetapi instrumen pembentukan identitas moral yang sangat penting.

Sementara itu, peluang digitalisasi PAI yang muncul dari sembilan belas dokumen menggambarkan bahwa pembelajaran PAI telah bergerak menuju pemanfaatan teknologi. Hal ini relevan dengan konteks rumusan masalah penelitian yang ingin mengetahui bagaimana digitalisasi dapat memperkuat citra PAI. Temuan ini menegaskan bahwa PAI memiliki potensi untuk menjadi pelopor inovasi pembelajaran berbasis teknologi, terutama melalui media audiovisual, platform daring, dan aplikasi digital. Digitalisasi membuka ruang bagi branding PAI sebagai mata pelajaran yang modern dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Peluang berikutnya terkait moderasi beragama yang muncul dari dua puluh satu dokumen memiliki makna strategis dalam konteks pembangunan kebangsaan. Moderasi beragama secara eksplisit menjadi salah satu pilar penguatan karakter nasional. Temuan ini menjelaskan bahwa PAI memiliki kapasitas untuk menjadi saluran utama dalam penguatan sikap toleran, anti ekstremisme, dan cinta damai. Dengan demikian, peran PAI tidak hanya terbatas pada transfer pengetahuan keagamaan, tetapi juga pada pembentukan kultur kebangsaan.

Pada sisi lain, hasil penelitian menemukan enam tantangan utama PAI. Analisis terhadap tantangan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas implementasi. Sebagai contoh, tantangan mengenai ketidaksesuaian kurikulum dengan kompetensi abad ke-21 menunjukkan bahwa struktur kurikulum saat ini belum sepenuhnya mampu menjawab tuntutan global. Temuan ini memperlihatkan bahwa PAI membutuhkan reformasi kurikulum agar mampu menanamkan kompetensi literasi, kreativitas, komunikasi,

dan kolaborasi. Tantangan literasi digital guru menjadi temuan signifikan karena dua puluh dua dokumen menyebut rendahnya kesiapan pendidik dalam memanfaatkan teknologi. Hal ini menjadi hambatan penting dalam proses digitalisasi PAI, terutama ketika pembelajaran membutuhkan integrasi antara nilai keagamaan dan teknologi.

Analisis terhadap tantangan kompetensi guru, disparitas mutu, pengaruh globalisasi, dan citra publik menunjukkan adanya persoalan struktural yang harus diatasi dalam pengembangan branding PAI. Oleh karena itu, temuan-temuan tersebut memiliki makna bahwa strategi branding PAI tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan sistemik yang melibatkan kurikulum, sumber daya manusia, teknologi, dan dukungan kebijakan.

Hasil penelitian mengenai strategi branding PAI yang meliputi revitalisasi kurikulum, penguatan profesionalisme guru, pendidikan karakter, digitalisasi pembelajaran, kecakapan hidup, dan moderasi beragama menunjukkan bahwa terdapat pola rekomendasi yang relatif konsisten di berbagai dokumen. Hal ini memperlihatkan bahwa PAI dipandang sebagai entitas pendidikan yang harus dibangun secara terintegrasi bukan hanya pada ranah kognitif, tetapi juga afektif, digital, dan sosial. Analisis ini menegaskan bahwa strategi branding PAI memiliki potensi kuat untuk mendefinisikan ulang citra PAI di era modern.

Untuk memahami kedudukan temuan penelitian ini dalam perkembangan ilmu pendidikan Islam, diperlukan perbandingan dengan teori dan literatur terdahulu. Temuan tentang peran PAI dalam pembentukan karakter sejalan dengan teori pendidikan karakter yang dikemukakan Lickona (2018), yang menyatakan bahwa pendidikan agama merupakan elemen kunci dalam pembentukan moralitas. Penelitian oleh Hasanah (2021) dan Sanjaya (2022) juga menunjukkan bahwa pendidikan agama berkontribusi pada penguatan karakter generasi muda menghadapi perubahan sosial.

Peluang digitalisasi yang muncul dalam penelitian ini juga selaras dengan konsep *digital pedagogy* yang dikemukakan oleh Prensky (2019), yang menegaskan bahwa pembelajaran abad ke-21 harus terintegrasi dengan teknologi. Sejumlah penelitian, seperti oleh Munir (2021) dan Zakaria (2022), menunjukkan bahwa digitalisasi pembelajaran agama mampu meningkatkan efektivitas, aksesibilitas, dan daya tarik peserta didik. Dengan demikian, temuan ini menguatkan literatur terdahulu sekaligus memperluas cakupan pemahaman dengan memasukkan konteks Indonesia Emas 2045.

Terkait moderasi beragama, temuan penelitian ini juga konsisten dengan laporan Kemenag (2019), yang memosisikan moderasi beragama sebagai agenda strategis nasional. Literatur oleh Hidayat (2020) dan Arifin (2021) juga menegaskan bahwa pendidikan agama Islam memiliki peran signifikan dalam mencegah radikalisme. Temuan penelitian ini memperluas fokus tersebut dengan menempatkan moderasi beragama sebagai bagian dari strategi branding PAI.

Di sisi tantangan, temuan literasi digital guru yang rendah memperkuat laporan Kemendikbud (2020) dan penelitian Hartati (2021), yang mencatat bahwa kesenjangan digital masih menjadi persoalan utama pendidikan Indonesia. Temuan mengenai citra publik PAI juga sejalan dengan analisis Arifin (2020), yang menyatakan bahwa masyarakat masih menganggap PAI sebagai mata pelajaran normatif, bukan strategis.

Terkait strategi branding, temuan penelitian ini mendukung teori branding pendidikan oleh Hearn (2016), yang menekankan pentingnya diferensiasi program, kualitas pengajaran, dan nilai kelembagaan dalam membangun citra. Literatur oleh Yusuf & Arif (2022) menguatkan bahwa kurikulum berbasis kompetensi abad ke-21 diperlukan untuk meningkatkan relevansi PAI. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan konsistensi dengan literatur terdahulu sekaligus memberikan perkembangan baru, yakni integrasi teori branding ke dalam konteks pendidikan agama.

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting. Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai branding dalam pendidikan agama. Konsep branding yang selama ini lebih sering digunakan dalam lembaga pendidikan umum kini diterapkan pada PAI, sehingga memperkaya literatur mengenai hubungan antara identitas pendidikan, nilai-nilai keagamaan, dan strategi komunikasi pendidikan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi metodologis, khususnya dalam penggunaan analisis literatur tematik sebagai pendekatan untuk memetakan isu-isu strategis pendidikan agama dalam konteks kebijakan makro.

Secara praktis, implikasi temuan ini sangat signifikan bagi pendidik, sekolah, dan pembuat kebijakan. Revitalisasi kurikulum PAI yang berbasis kompetensi abad ke-21 dapat menjadi landasan bagi sekolah untuk menyusun pembelajaran yang lebih relevan dan kontekstual. Penguatan profesionalisme guru juga memberikan arahan bahwa pelatihan digital, pedagogik, dan moderasi beragama harus menjadi prioritas. Temuan ini juga membantu pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi branding PAI secara nasional

sehingga PAI tidak hanya dianggap sebagai mata pelajaran normatif, tetapi sebagai elemen strategis pembangunan SDM unggul.

Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi penting terhadap transformasi digital PAI. Pemanfaatan media digital bukan hanya sebagai alat bantu pembelajaran, tetapi sebagai identitas baru PAI yang modern, adaptif, dan dekat dengan kebutuhan generasi digital. Dalam konteks moderasi beragama, temuan penelitian memberikan panduan praktis bagi sekolah untuk mengembangkan program moderasi berbasis pembiasaan, pembelajaran sosial emosional, dan digital campaign bernuansa toleransi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu disampaikan secara jujur untuk menjaga integritas ilmiah. Pertama, penelitian ini hanya menggunakan data berbasis dokumen sehingga tidak menangkap kondisi empiris secara langsung. Kedua, variasi kualitas dokumen dapat mempengaruhi kedalaman analisis, terutama karena tidak semua dokumen memiliki kesetaraan metodologis. Ketiga, penelitian ini tidak melakukan triangulasi dengan data lapangan seperti wawancara guru atau kepala sekolah, sehingga beberapa temuan mungkin tidak mencerminkan seluruh variasi implementasi PAI. Keempat, data anomali menunjukkan adanya kondisi lapangan yang beragam, namun penelitian ini tidak dapat menggali lebih dalam penyebab anomali tersebut. Keterbatasan ini membuka ruang bagi penelitian lanjutan, khususnya penelitian lapangan atau *mixed methods* yang dapat memberikan gambaran lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam konteks pembangunan nasional menuju Indonesia Emas 2045 melalui analisis terhadap tiga puluh dokumen akademik, kebijakan pemerintah, dan publikasi ilmiah relevan. Dari proses analisis tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa PAI tidak hanya berfungsi sebagai mata pelajaran normatif yang mentransmisikan nilai-nilai keagamaan, tetapi telah berkembang menjadi instrumen pendidikan yang memiliki peran signifikan dalam pembentukan karakter, penguatan moderasi beragama, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Sintesis temuan penelitian menunjukkan bahwa PAI memiliki peluang besar untuk menjadi pilar strategis dalam pembangunan SDM unggul yang bercirikan integritas moral, kompetensi global, dan kecakapan sosial di era transformasi pendidikan.

Peluang strategis PAI tercermin dalam tiga aspek utama, yaitu penguatan karakter, digitalisasi pembelajaran, dan moderasi beragama. PAI memiliki kapasitas kuat untuk berkontribusi pada pembentukan nilai-nilai integritas, etika, dan tanggung jawab sosial, yang merupakan fondasi utama Indonesia Emas 2045. Di sisi lain, digitalisasi PAI membuka ruang pembelajaran yang lebih kreatif, fleksibel, dan sesuai dengan profil peserta didik generasi digital. Teknologi menjadi sarana penting dalam memperkuat daya tarik PAI sekaligus mencerminkan kemampuan pendidikan agama untuk bertransformasi mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, PAI memiliki posisi strategis dalam memperkuat moderasi beragama, suatu agenda nasional penting untuk menjaga kohesi sosial dan mencegah radikalisme di kalangan generasi muda. Ketiga peluang ini menegaskan bahwa PAI berada pada posisi yang tepat untuk memainkan peran signifikan dalam pembangunan nasional yang berorientasi pada keberlanjutan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan besar yang harus diatasi agar potensi tersebut dapat diwujudkan secara optimal. Tantangan tersebut meliputi ketidaksesuaian kurikulum PAI dengan kompetensi abad ke-21, rendahnya literasi digital guru, variasi kualitas sumber daya manusia, disparitas mutu pendidikan antarwilayah, serta persoalan citra publik terhadap efektivitas PAI. Tantangan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi PAI dan kondisi implementatif di lapangan. Ketidaksiapan sebagian pendidik dalam memanfaatkan teknologi dan kurangnya integrasi kurikulum dengan tuntutan global menjadi hambatan struktural yang perlu diselesaikan melalui kebijakan transformasi menyeluruh. Di sisi lain, tantangan terkait persepsi publik menegaskan pentingnya upaya branding untuk membangun pemahaman realistis bahwa PAI memiliki peran strategis dalam membentuk generasi berkarakter, toleran, dan berdaya saing.

Temuan mengenai enam strategi branding PAI memberikan arah konkret mengenai bagaimana PAI dapat mengubah citra dan fungsinya secara lebih efektif. Strategi tersebut tidak hanya memuat pembaruan kurikulum dan peningkatan kualitas pendidik, tetapi juga menempatkan digitalisasi, penguatan karakter, pengembangan kewirausahaan, dan moderasi beragama sebagai fondasi utama pembelajaran. Keberadaan enam strategi ini menegaskan bahwa branding PAI membutuhkan pendekatan integratif antara dimensi pedagogik, teknologi, karakter, dan kebijakan. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini mengarah pada pemahaman bahwa branding PAI tidak dapat dilakukan secara parsial; ia membutuhkan kerja sistemik dan kolaboratif di antara berbagai pemangku kepentingan pendidikan.

Dari perspektif akademik, penelitian ini memberikan kontribusi penting pada tiga ranah: teoretis, metodologis, dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperluas cakupan konsep branding pendidikan yang selama ini lebih banyak digunakan pada lembaga pendidikan umum atau perguruan tinggi. Penelitian ini mengembangkan perluasan baru bahwa branding juga dapat diterapkan pada mata pelajaran agama melalui penguatan identitas nilai, relevansi konten, dan inovasi pedagogis. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur tentang hubungan antara nilai-nilai keagamaan, teknologi pendidikan, dan strategi branding dalam konteks transformasi pendidikan nasional. Kontribusi teoretis lainnya terletak pada integrasi antara konsep moderasi beragama dan pendidikan karakter sebagai basis pembentukan identitas pendidikan Islam modern.

Secara metodologis, penelitian ini berkontribusi pada pemanfaatan pendekatan studi literatur tematik yang sistematis dalam mengkaji isu-isu pendidikan agama. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengonstruksi gambaran makro tentang dinamika PAI berdasarkan kemunculan pola, konsistensi data, dan variasi temuan dari berbagai sumber ilmiah. Metode ini dapat menjadi model penelitian bagi kajian pendidikan agama yang bersifat konseptual, kebijakan, atau pengembangan kurikulum. Sementara secara praktis, penelitian ini memberikan arahan konkret yang dapat digunakan pendidik, kepala sekolah, pengambil kebijakan, dan pihak kementerian dalam merancang program penguatan PAI. Strategi penguatan digitalisasi, peningkatan kompetensi guru, dan pengarusutamaan moderasi beragama dapat dijadikan dasar untuk merancang program pelatihan, inovasi pembelajaran, dan kampanye publik mengenai pentingnya PAI dalam membangun generasi emas.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa rekomendasi dapat dikemukakan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian berbasis lapangan sangat diperlukan untuk menggali secara langsung praktik branding PAI di sekolah dan madrasah. Studi lapangan dengan observasi, wawancara, dan analisis dokumen institusional dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana strategi branding diterapkan pada tingkat mikro dan bagaimana peserta didik meresponsnya. Kedua, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi efektivitas kurikulum PAI berbasis kompetensi abad ke-21 melalui pendekatan evaluatif untuk menilai dampaknya terhadap hasil belajar, karakter siswa, dan keterampilan digital. Ketiga, penelitian mengenai integrasi teknologi dalam pembelajaran PAI perlu dikembangkan lebih jauh, terutama terkait pemanfaatan kecerdasan buatan, media interaktif, dan platform pembelajaran adaptif dalam mendukung pendidikan nilai dan moderasi beragama. Keempat, penelitian mengenai persepsi publik terhadap PAI juga perlu

diperluas untuk memahami bagaimana strategi komunikasi, kampanye pendidikan, dan inovasi pembelajaran dapat mengubah citra PAI secara nasional. Kelima, penelitian lanjutan dapat mengkaji perbandingan antara strategi branding PAI di Indonesia dengan negara-negara lain yang memiliki sistem pendidikan Islam maju, sehingga dapat ditemukan praktik baik *(best practices)* yang relevan untuk diterapkan.

Secara keseluruhan, kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa PAI memiliki peluang besar untuk menjadi motor penggerak pembangunan karakter bangsa dan transformasi pendidikan nasional, namun keberhasilan tersebut sangat bergantung pada kemampuan aktor pendidikan dan kebijakan pemerintah dalam merancang strategi branding yang komprehensif. Dengan sinergi antara inovasi kurikulum, profesionalisme pendidik, teknologi digital, dan nilai-nilai moderasi beragama, PAI tidak hanya berpotensi menjadi mata pelajaran yang relevan bagi peserta didik generasi digital, tetapi juga menjadi kekuatan strategis dalam menghadapi tantangan global dan membangun masa depan Indonesia Emas 2045.

DAFTAR PUSTAKA

Aromataris, E., & Pearson, A. (2014). The Systematic Review: an Overview. *AJN, American Journal of Nursing*, *114*(3), 53–58. https://doi.org/10.1097/01.NAJ.0000444496.24228.2c (Lippincott Journals)

Arifin, M. (2020). Persepsi Publik terhadap Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, *11*(2), 155–170.

Arifin, M. (2021). Pendidikan Islam dan Pencegahan Radikalisme. *Jurnal Pendidikan Karakter*, *12*(1), 44–59.

Bappenas. (2019). *Visi Indonesia 2045: Pembangunan Manusia Indonesia Unggul.* https://www.bappenas.go.id

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th Ed.). SAGE Publications.

Dewi, S. (2025). Implementasi Digitalisasi Pendidikan Islam pada Era Society 5.0. *Jurnal Pendidikan Islam Kontemporer*, *7*(1), 11–25.

Hartati, S. (2021). Tantangan Literasi Digital Guru di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, *23*(2), 101–117.

Hearn, A. (2016). Branding and Education: the Effects on Institutional Identity. *Journal of Educational Policy*, *31*(5), 692–708.

Hasanah, N. (2021). Pendidikan Agama Islam dan Penguatan Karakter Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *18*(1), 33–45.

Hidayat, R. (2020). Moderasi Beragama dalam Pendidikan Islam. *Jurnal Studi Islam*, *5*(1), 22–35.

Idin, A., & Marwan, H. (2024). Kualitas Guru dalam Pendidikan Islam pada Era Digital. *Jurnal Pendidikan Islam Modern*, *6*(2), 88–102.

Jamal, M. (2025). Transformasi Pendidikan Islam Menuju Indonesia Emas 2045. *Jurnal Pendidikan Islam Progresif*, *9*(1), 1–14.

Kemendikbud. (2020). *Laporan Transformasi Digital Pendidikan Indonesia*. https://www.kemdikbud.go.id

Kemenag. (2019). *Moderasi Beragama: Buku Saku*. https://www.kemenag.go.id

Kurniawan, R., & Afifi, N. (2024). Peran Media Sosial dalam Moderasi Beragama. *Jurnal Sosial Keagamaan*, *8*(1), 66–80.

Lickona, T. (2018). *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. Bantam Books.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2018). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.

Masripah, L. (2025). Nilai-Nilai Islam dalam Pembentukan Generasi Emas. *Jurnal Pendidikan Moral Islam*, *3*(1), 44–59.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook* (4th Ed.). SAGE Publications.

Mu'in, F. (2023). Peran Pendidikan Agama Islam dalam Menanggulangi Ekstremisme. *Jurnal Moderasi Beragama*, *5*(2), 122–139.

Munir, M. (2021). Digitalisasi Pembelajaran Agama Islam di Era New Normal. *Jurnal Pendidikan Islam*, *10*(2), 133–147.

Prayetno, A. (2025). Literasi Digital Guru PAI pada Era Society 5.0. *Jurnal Pendidikan Digital Islam*, *2*(1), 17–29.

Prensky, M. (2019). *Education to Better Their World*. Teachers College Press.

Rahman, F. (2021). Studi Literatur dalam Penelitian Pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, *9*(2), 77–90.

Rohman, A., & Ahmadi, R. (2023). Tren Riset Pendidikan Islam 2018–2023. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, *7*(3), 112–128.

Sanjaya, T. (2022). Penguatan Karakter melalui Pendidikan Agama. *Jurnal Pendidikan Karakter*, *12*(2), 88–102.

Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: an Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, *104*, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039 (ScienceDirect)

Yusuf, M., & Arif, S. (2022). Kurikulum Berbasis Kompetensi Abad 21 dalam Pendidikan Islam. *Jurnal Studi Pendidikan Islam*, *14*(1), 55–70.

Zakaria, N. (2022). Digital Learning for Islamic Education: Opportunities and Challenges. *International Journal of Islamic Education*, *5*(1), 22–36.