

**PENGARUH KUALITAS SARANA DAN PRASARANA PENDIDIKAN
TERHADAP BRAND IMAGE MADRASAH DINIYYAH TAKMILIYYAH AL
JAMHURIYAH KARAWANG**

Najwa Afifah¹, Astuti Darmiyanti², Chairil Fajar Hadiansyah³

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Agama Islam,
Universitas Singaperbangsa Karawang

2210631120108@student.unsika.ac.id; astuti.darmiyanti@fai.unsika.ac.id;
chairil.fajar@fai.unsika.ac.id

ABSTRACT

Educational facilities and infrastructure are essential components of learning services and visible evidence through which parents assess the quality and professionalism of an educational institution. This study examines the effect of the quality of educational facilities and infrastructure on the brand image of Madrasah Diniyyah Takmiliyyah (MDT) Al Jamhuriyah Karawang. A quantitative associative-causal design was used. The population consisted of 136 parents, and 58 respondents were selected through proportionate stratified random sampling using a 10% Slovin error level. Data were collected through a four-point Likert questionnaire, observation, and documentation. The analysis included descriptive statistics, Pearson correlation, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination. The results show that the quality of facilities and infrastructure was rated good with a Weighted Mean Score of 3.253, while brand image was also rated good with a score of 3.227. The Pearson correlation was 0.760, indicating a strong positive relationship. Regression analysis produced $Y = 7.819 + 0.749X$, with $t = 8.738$ and $p < 0.001$. The coefficient of determination was 0.577, meaning that facilities and infrastructure explained 57.7% of the variation in brand image. These findings indicate that improving the availability, feasibility, comfort, cleanliness, safety, and Islamic suitability of facilities can strengthen the perceived image of a nonformal Islamic educational institution.

Keywords: educational facilities and infrastructure, brand image, Madrasah Diniyyah Takmiliyyah

ABSTRAK

Sarana dan prasarana pendidikan merupakan komponen layanan pembelajaran sekaligus bukti fisik yang digunakan orang tua untuk menilai mutu dan profesionalitas lembaga pendidikan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas sarana dan prasarana pendidikan terhadap brand image Madrasah Diniyyah Takmiliyyah (MDT) Al Jamhuriyah Karawang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Populasi berjumlah 136 wali murid dan sampel sebanyak 58 responden dipilih melalui proportionate stratified random sampling menggunakan tingkat kesalahan Slovin 10%. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert empat tingkat, observasi, dan dokumentasi. Analisis meliputi statistik deskriptif, korelasi Pearson, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil menunjukkan kualitas sarana dan prasarana berada pada kategori baik dengan Weighted Mean Score 3,253, sedangkan brand image juga berada pada kategori baik dengan skor 3,227. Nilai korelasi Pearson sebesar

0,760 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 7,819 + 0,749X$ dengan $t = 8,738$ dan $p < 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,577 menunjukkan bahwa kualitas sarana dan prasarana menjelaskan 57,7% variasi brand image. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan ketersediaan, kelayakan, kenyamanan, kebersihan, keamanan, dan kesesuaian fasilitas dengan nilai keislaman dapat memperkuat citra lembaga pendidikan Islam nonformal.

Kata Kunci: kualitas sarana prasarana, brand image, Madrasah Diniyyah Takmiliyyah

A. Pendahuluan

Pendidikan tidak hanya dinilai dari kurikulum dan hasil belajar. Masyarakat juga menilai lingkungan belajar yang layak, aman, bersih, serta mendukung kegiatan pendidikan. Dalam manajemen pendidikan, sarana dan prasarana menjadi sumber daya yang harus direncanakan, digunakan, dan dipelihara secara sistematis karena kondisi fisik lembaga ikut mencerminkan mutu layanan (Bafadal, 2005; Barnawi & Arifin, 2014).

Kebijakan nasional menempatkan sarana dan prasarana sebagai bagian dari mutu pendidikan. Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 menegaskan Standar Nasional Pendidikan, sedangkan Permendikbudristek Nomor 22 Tahun 2023 mengatur standar sarana dan prasarana pada pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah. Walaupun MDT

merupakan pendidikan keagamaan nonformal, prinsip kelayakan, keamanan, kebersihan, dan dukungan terhadap proses pendidikan tetap relevan sebagai tolok ukur pengelolaan fasilitas.

Madrasah Diniyyah Takmiliyyah merupakan pendidikan keagamaan Islam nonformal yang melengkapi pendidikan agama peserta didik. Kerangka ini ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2007. Karena tumbuh dekat dengan masyarakat, MDT sangat bergantung pada kepercayaan orang tua. Kondisi ruang belajar, fasilitas ibadah, kebersihan, keamanan, dan kenyamanan menjadi aspek yang mudah diamati dan dapat memengaruhi penilaian terhadap lembaga.

Pada saat yang sama, lembaga pendidikan perlu membangun brand image yang positif. Brand image merupakan persepsi dan asosiasi yang melekat pada suatu merek atau organisasi (Kotler & Keller, 2016).

Dalam jasa pendidikan, fasilitas berfungsi sebagai bukti fisik yang membantu pengguna menilai kualitas layanan yang tidak sepenuhnya dapat diamati sebelum digunakan.

Kajian pendidikan Islam menunjukkan bahwa branding perlu didukung mutu yang konsisten. Mundiri (2016) menekankan pentingnya diferensiasi dan penguatan identitas lembaga, sedangkan Fachri et al. (2022) menunjukkan bahwa program yang khas dapat memperkuat daya saing madrasah. Afla dan Sugiarto (2024) juga mengaitkan pengelolaan lingkungan sekolah dengan penguatan citra madrasah.

Penelitian layanan pendidikan memperlihatkan hubungan antara pengalaman layanan dan citra lembaga. Chairunnisa (2018) menemukan keterkaitan positif brand image dan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna. Fadhilah dan Sudarwanto (2024) menunjukkan bahwa brand image dan kualitas layanan berhubungan dengan keputusan orang tua memilih sekolah. Studi yang lebih baru juga menunjukkan bahwa fasilitas dan school image terkait dengan kepuasan maupun keputusan orang

tua (Tjan et al., 2026; Ulandari & Triana M, 2026).

Namun, bukti kuantitatif yang secara khusus menguji kualitas sarana dan prasarana terhadap brand image pada Madrasah Diniyyah Takmiliyyah masih terbatas. Penelitian ini mengisi celah tersebut pada MDT Al Jamhuriyah Karawang. Observasi awal menunjukkan fasilitas belajar cukup baik, tetapi jumlah peserta didik belum meningkat secara signifikan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan apakah penilaian terhadap fasilitas benar-benar berkaitan dengan citra lembaga.

Penelitian menempatkan kualitas sarana dan prasarana sebagai variabel independen yang mencakup ketersediaan, kelayakan, kenyamanan, kebersihan dan keamanan, serta kesesuaian dengan nilai keislaman. Brand image menjadi variabel dependen yang mencakup reputasi, daya tarik, dan citra religius. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan kedua variabel serta menguji pengaruh kualitas sarana dan prasarana terhadap brand image MDT Al Jamhuriyah Karawang.

B. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menguji pengaruh kualitas sarana dan prasarana pendidikan (X) terhadap brand image (Y). Pengumpulan data dilakukan pada MDT Al Jamhuriyah Karawang melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Populasi penelitian berjumlah 136 wali murid kelas 1 sampai kelas 6. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% dan diperoleh 58 responden. Pemilihan responden menggunakan proportionate stratified random sampling agar setiap tingkat kelas terwakili secara proporsional.

Kuesioner menggunakan skala Likert empat tingkat. Variabel X terdiri atas 10 butir yang mewakili ketersediaan, kelayakan, kenyamanan, kebersihan dan keamanan, serta kesesuaian fasilitas dengan nilai keislaman. Variabel Y terdiri atas 10 butir yang mengukur reputasi, daya tarik, dan citra religius. Observasi digunakan untuk memeriksa kondisi fisik fasilitas sebagai data pendukung.

Seluruh butir yang digunakan memenuhi kriteria validitas.

Reliabilitas instrumen sangat baik, dengan Cronbach's Alpha 0,927 untuk variabel X dan 0,912 untuk variabel Y. Data dianalisis menggunakan Weighted Mean Score (WMS), korelasi Pearson, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi setelah memenuhi asumsi normalitas dan linearitas. Analisis inferensial dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 31 dengan taraf signifikansi 0,05 (Field, 2018).

Tabel 1 Distribusi Populasi dan Sampel Wali Murid

Kelas	Populasi	Sampel
1	17	7
2	19	8
3	22	9
4	25	11
5	27	12
6	26	11
Jumlah	136	58

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Kualitas Sarana dan Prasarana Pendidikan

Hasil WMS menunjukkan kualitas sarana dan prasarana memperoleh skor 3,253 dan berada pada kategori baik. Ketersediaan fasilitas menjadi indikator tertinggi, yaitu 3,397, diikuti kelayakan fasilitas 3,328. Kenyamanan lingkungan belajar

memperoleh 3,213, kesesuaian dengan nilai keislaman 3,172, dan kebersihan serta keamanan 3,155. Pola ini menunjukkan bahwa kekuatan utama lembaga terletak pada ketersediaan fasilitas, sedangkan pemeliharaan lingkungan perlu mendapat perhatian lebih besar.

Hasil deskriptif konsisten dengan observasi fisik. MDT Al Jamhuriyah memiliki enam ruang kelas, enam unit pendingin udara, meja dan kursi guru, meja dan kursi siswa, papan tulis, serta fasilitas pendukung. Sebagian kursi siswa tercatat kurang baik sehingga pemeliharaan tetap diperlukan. Kondisi tersebut menjelaskan mengapa ketersediaan dinilai sangat baik, tetapi kebersihan, keamanan, dan kenyamanan memperoleh skor yang lebih rendah.

Temuan ini menegaskan bahwa kualitas fasilitas tidak hanya

ditentukan oleh jumlah sarana. Pengadaan harus diikuti pemeliharaan, penataan, kebersihan, dan keamanan agar fasilitas tetap mendukung proses pendidikan. Karena bukti fisik mudah diamati, perbaikan pada aspek tersebut dapat memperkuat kesan profesional dan kepedulian lembaga terhadap pengguna layanan.

Kesesuaian fasilitas dengan nilai keislaman memperoleh skor 3,172. Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas keagamaan dan lingkungan fisik telah mendukung identitas MDT, tetapi masih dapat diperkuat. Pada lembaga pendidikan Islam, lingkungan yang bersih, tertib, aman, dan mendukung ibadah tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga mempertegas karakter kelembagaan.

Tabel 2 Weighted Mean Score Kualitas Sarana dan Prasarana

Indikator	WMS	Kategori
Ketersediaan fasilitas	3,397	Sangat Baik
Kelayakan fasilitas	3,328	Sangat Baik
Kenyamanan lingkungan belajar	3,213	Baik
Kebersihan dan keamanan	3,155	Baik
Kesesuaian dengan nilai keislaman	3,172	Baik
Rata-rata	3,253	Baik

2. Brand Image MDT Al Jamhuriyah

Brand image memperoleh WMS 3,227 dan berada pada kategori baik. Citra religius menjadi indikator tertinggi dengan skor 3,305, disusul reputasi lembaga 3,299. Daya tarik lembaga memperoleh skor terendah, yaitu 3,078. Hasil ini menunjukkan bahwa wali murid telah memandang identitas religius dan reputasi MDT secara positif, tetapi daya tarik program dan pengalaman layanan masih perlu diperkuat.

Perbedaan skor reputasi dan daya tarik penting secara manajerial. Reputasi menunjukkan nama baik dan kredibilitas yang telah terbentuk, sedangkan daya tarik berkaitan dengan alasan konkret masyarakat untuk memilih lembaga. Karena itu, citra positif perlu diterjemahkan menjadi program unggulan, layanan yang konsisten, fasilitas yang terawat, serta komunikasi publik yang mudah dipahami orang tua.

Amin et al. (2023) menempatkan perceived quality, fasilitas, kualitas pendidik, transparansi, dan prestasi sebagai unsur penguatan citra madrasah. Temuan penelitian ini mendukung pandangan tersebut. Citra religius yang tinggi merupakan modal identitas, tetapi penguatan daya tarik tetap membutuhkan kombinasi kualitas fisik, layanan, dan program yang relevan bagi masyarakat.

Daya tarik yang lebih rendah juga relevan dengan jumlah peserta didik yang belum meningkat secara signifikan. Hal ini tidak berarti brand image lembaga buruk, karena skor keseluruhan tetap berada pada kategori baik. Temuan justru menunjukkan adanya jarak antara persepsi positif pengguna saat ini dan kemampuan lembaga menarik pengguna baru. Karena itu, peningkatan fasilitas perlu berjalan bersama penguatan program dan komunikasi lembaga.

Tabel 3 Weighted Mean Score Brand Image

Indikator	WMS	Kategori
Reputasi lembaga	3,299	Sangat Baik
Daya tarik lembaga	3,078	Baik
Citra religius	3,305	Sangat Baik
Rata-rata	3,227	Baik

3. Pengaruh Kualitas Sarana dan Prasarana terhadap Brand Image

Uji normalitas residual menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. 0,061, lebih besar dari 0,05, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Uji linearitas menghasilkan signifikansi Deviation from Linearity 0,834, juga lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hubungan X dan Y dapat dianalisis menggunakan regresi linear sederhana.

Korelasi Pearson antara kualitas sarana dan prasarana dengan brand image sebesar 0,760 dengan $p < 0,001$. Hubungan tersebut positif dan termasuk kuat. Artinya, responden yang memberi penilaian lebih baik terhadap kualitas fasilitas cenderung memberi penilaian lebih baik pula terhadap brand image MDT Al Jamhuriyah.

Regresi linear sederhana menghasilkan konstanta 7,819 dan koefisien X sebesar 0,749, sehingga persamaan regresinya $Y = 7,819 + 0,749X$. Koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan kualitas sarana dan prasarana berkaitan dengan peningkatan brand image sebesar 0,749 satuan. Uji t menghasilkan $t = 8,738$ dengan $p <$

0,001, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Nilai R sebesar 0,760 dan R Square 0,577. Artinya, 57,7% variasi brand image dalam data penelitian dapat dijelaskan oleh kualitas sarana dan prasarana, sedangkan 42,3% berkaitan dengan faktor lain yang tidak diuji dalam model. Besaran ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan faktor penting, tetapi bukan satu-satunya penentu citra lembaga.

Hasil tersebut selaras dengan konsep bukti fisik dalam pemasaran jasa. Kondisi fasilitas memberi petunjuk langsung mengenai mutu dan profesionalitas lembaga (Kotler & Keller, 2016). Pada konteks pendidikan, bukti fisik menjadi bagian dari pengalaman orang tua dan peserta didik, sehingga fasilitas yang tersedia, layak, nyaman, bersih, dan aman dapat memperkuat penilaian positif terhadap lembaga.

Temuan juga konsisten dengan Chairunnisa (2018), yang menunjukkan hubungan positif antara brand image, kualitas layanan pendidikan, dan kepuasan. Tjan et al. (2026) menemukan bahwa fasilitas, kualitas layanan, dan school image berkaitan dengan kepuasan orang

tua. Dengan demikian, hasil MDT Al Jamhuriyah memperkuat bukti bahwa kualitas fisik dan citra lembaga saling berkaitan dalam pengalaman pengguna jasa pendidikan.

Meski demikian, pembangunan fisik saja tidak cukup. Indikator kebersihan dan keamanan merupakan skor terendah pada variabel X, sedangkan daya tarik menjadi skor terendah pada variabel Y. Karena itu, prioritas perbaikan sebaiknya mencakup pemeliharaan, kenyamanan, kebersihan, keamanan, program unggulan, dan komunikasi lembaga, bukan hanya penambahan fasilitas.

Pada lembaga pendidikan Islam, bukti fisik juga menyampaikan identitas. Fachri et al. (2022) menunjukkan bahwa diferensiasi program dapat memperkuat branding madrasah, sedangkan Amin et al. (2023) menekankan konsistensi kualitas sebagai dasar penguatan citra. MDT Al Jamhuriyah dapat memanfaatkan citra religius yang sudah kuat sebagai fondasi untuk meningkatkan daya tarik tanpa mengabaikan kualitas fasilitas.

Nilai R Square 57,7% memberi implikasi bahwa investasi fasilitas perlu ditempatkan dalam strategi mutu

yang lebih luas. Perbaikan fasilitas akan lebih efektif ketika disertai layanan yang responsif, program yang relevan, kompetensi pendidik, dan komunikasi publik yang konsisten. Pendekatan ini juga penting agar citra positif pengguna lama dapat berkembang menjadi kepercayaan dan minat masyarakat yang lebih luas.

Keterbatasan penelitian terletak pada cakupan responden wali murid aktif dan penggunaan satu variabel independen.

Tabel 4 Ringkasan Uji Prasyarat dan Uji Hipotesis

Analisis	Nilai	Keputusan
Normalitas Kolmogorov-Smirnov	$p = 0,061$	Normal
Deviation from Linearity	$p = 0,834$	Linear
Korelasi Pearson	$r = 0,760$; $p < 0,001$	Positif, kuat, signifikan
Regresi	$Y = 7,819 + 0,749X$	Koefisien positif
Uji t	$t = 8,738$; $p < 0,001$	H_1 diterima
Koefisien determinasi	$R^2 = 0,577$	57,7%

D. Kesimpulan

Kualitas sarana dan prasarana MDT Al Jamhuriyah berada pada kategori baik dengan WMS 3,253. Ketersediaan fasilitas menjadi aspek terkuat dengan skor 3,397, sedangkan

kebersihan dan keamanan memperoleh skor terendah 3,155. Brand image juga berada pada kategori baik dengan WMS 3,227. Citra religius menjadi aspek tertinggi 3,305, sedangkan daya tarik lembaga terendah 3,078.

Kualitas sarana dan prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image. Korelasi Pearson sebesar 0,760 menunjukkan hubungan kuat. Persamaan regresi $Y = 7,819 + 0,749X$, $t = 8,738$ dengan $p < 0,001$, dan R^2 0,577 menunjukkan bahwa kualitas fasilitas menjelaskan 57,7% variasi brand image dalam data penelitian.

Pengelola perlu memprioritaskan pemeliharaan, kebersihan, keamanan, kenyamanan ruang, serta penguatan program yang meningkatkan daya tarik lembaga. Perbaikan fasilitas sebaiknya disertai peningkatan layanan dan komunikasi publik agar reputasi dan citra religius yang sudah kuat dapat mendorong minat masyarakat secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Afla, N., & Sugiarto, L. (2024). Adiwiyata school management in improving brand image in madrasah. *Development: Studies in Educational Management and*

Leadership, 3(1), 51–64. doi:10.47766/development.v2i2.1118

Amin, M. F., Najiburrahman, N., & Hakim, A. M. (2023). Revitalizing the madrasah brand: A strategic roadmap for enhancing quality and fortifying image. *Journal of Educational Management Research*, 2(2), 69–84. doi:10.61987/jemr.v2i2.244

Bafadal, I. (2005). *Manajemen perlengkapan sekolah: Teori dan aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Barnawi, & Arifin, M. (2014). *Manajemen sarana & prasarana sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Chairunnisa, C. (2018). The effect of brand image and quality of educational services on customer satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 325–339. doi:10.24912/jm.v22i3.425

Fachri, M., Rozi, F., & Tamimullah, T. (2022). Branding image melalui penerapan pendidikan inklusif dalam meningkatkan daya saing madrasah. *PALAPA*, 10(2), 316–334. doi:10.36088/palapa.v10i2.2202

Fadhilah, L. A. N., & Sudarwanto, T. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan di SD Labschool UNESA 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(3), 379–390. doi:10.26740/jptn.v12n3.p379-390

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). London: SAGE Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

- Mundiri, A. (2016). Strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun branding image. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 3(2). doi:10.33650/pjp.v3i2.125
- Pemerintah Republik Indonesia. (2007). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2023). Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 22 Tahun 2023 tentang Standar Sarana dan Prasarana pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Tjan, M. L., Karnawati, T. A., & Widodo, T. (2026). The effect of facilities, service quality, and school image on parental satisfaction at SD ABC Balikpapan. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 5(6), 9690–9698. doi:10.59141/jrssem.v5i6.1287
- Ulandari, F. N., & Triana M, N. (2026). The influence of education costs, location, and school image on parents' decisions to choose educational services at SDIT Al Madinah Pontianak. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 9(1), 9503–9517. doi:10.31538/ijse.v9i1.9834