

PENGARUH EKSTRAKURIKULER TERHADAP BRAND IMAGE MADRASAH DI MA ALKHAIRAAT PUSAT PALU

Rifaldi Saputra¹, Azma², Masmur M³

ipangdi2002@gmail.com¹, azmamardjun@gmail.com², masmur@uindatokarama.ac.id³

Universitas Islam Negeri

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui "Pengaruh Ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah di MA Alkhairaat pusat palu". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Kuantitatif pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan pengukuran data secara numerik untuk menjelaskan fenomena atau menguji hipotesis. Penelitian ini mengambil populasi dari 174 peserta didik yang mengikuti ekstrakurikuler dengan menerapkan rumus slovin. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menerapkan analisis data setelah terlebih dahulu melaksanakan uji asumsi klasik, normalitas dan linearitas kemudian analisis regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinasi. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh Ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah di MA Alkhairaat pusat palu sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-hitung $7,596 > 1,973$ t-tabel, dengan hasil tersebut disimpulkan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh X terhadap Y. Dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.251 yang berarti bahwa dalam penelitian initerdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y dipenelitian ini yaitu 25,1% sementara 74,9 dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Pengaruh, Ekstrakurikuler, Brand Image.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine "The Influence of Extracurricular Activities on the Brand Image of Madrasahs at MA Alkhairaat, Palu Center". This study uses a quantitative approach with a causal associative design. Quantitative in this study aims to analyze and measure data numerically to explain phenomena or test hypotheses. This study took a population of 174 students who took extracurricular activities by applying the Slovin formula. Data were collected using questionnaires and observations. To test the hypothesis, this study applied data analysis after first carrying out classical assumption tests, normality and linearity then simple linear regression analysis, t-test and coefficient of determination. The findings of this study reveal that there is an influence of Extracurricular on the Brand Image of the madrasah at MA Alkhairaat, Palu Center of $0.000 < 0.05$ and t-count $7.596 > 1.973$ t-table, with these results it is concluded that H_a is accepted which means there is an influence of X on Y. With a determination coefficient value (R Square) of 0.251 which means that in this study there is a significant influence of variable X on variable Y in this study, namely 25.1% while 74.9 is influenced by other variables.

Keywords: Influence, Extracurricular, Brand Image.

PENDAHULUAN

Pendidikan dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan secara sadar dan terstruktur untuk mengembangkan kemampuan dan potensi peserta didik. Proses pengembangan ini melibatkan tiga unsur utama wawasan, keahlian, dan etika. Dalam konteks, lembaga pendidikan seperti Madrasah memiliki tanggung jawab penting dalam menciptakan generasi berkualitas, keterampilan yang disertai dengan perilaku positif akan mendorong terciptanya karya yang memiliki daya saing.(Inovasi et al., 2025) Untuk itu, pengembangan berbagai potensi perlu dioptimalkan, karena dalam era kompetisi yang semakin ketat, kualitas menjadi kunci utama.tanpa hal tersebut, akan sulit bagi suatu bangsa untuk menjadi

kompetitif dan bermutu di tengah persaingan.(Khasanah et al., 2023).

Pendidikan dikenal dengan dua proses kegiatan yang utama, yaitu Kegiatan kurikuler merupakan kegiatan utama dalam penyelenggaraan pendidikan formal.(Lubis, 2025) Dalam kegiatan ini, terjadi interaksi secara langsung antara murid dan guru selama kegiatan pembelajaran. Kegiatan kurikuler berfokus pada pendalaman materi pengetahuan yang telah ditetapkan dalam kurikulum. kegiatan tersebut juga bertujuan untuk membentuk kompetensi yang dibutuhkan oleh peserta didik sesuai dengan harapan pendidikan yang telah dirumuskan. Adapun program ekstrakurikuler adalah suatu proses untuk mengoptimalkan lebih lanjut materi kurikulum yang berlaku di madrasah.(Eli Masnawati et al., 2023) Kegiatan ini berkaitan erat melalui kompetensi yang dimiliki terhadap mengaplikasikan ilmu yang didapatkan melalui lingkungan madrasah terhadap lingkungan di sekitarnya. Peserta didik memiliki kebebasan untuk memilih jenis kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya untuk dikembangkan, dan biasanya diadakan pada luar jam pelajaran madrasah.(Amanda, 2023)

Tujuan diselenggarakan program ekstrakurikuler yaitu memfasilitasi pengembangan potensi, keterampilan, keteertarikan, kemampuan bekerja sama, karakter serta kemandirian peserta didik secara maksimal untuk mendukung pencapaian tujuan pendidikan nasional(Intan Oktaviani Agustina et al., 2023) Sehingga Keberagaman aktivitas ekstrakurikuler menjadi esensial bagi madrasah, karena hal ini memungkinkan setiap individu peserta didik untuk memajukan kompetensi, kemampuan yang dimiliki, keahlian bawaan, dan keinginan serta mereka punya hingga tingkatan yang paling tinggi.

Keberhasilan tujuan pendidikan tidak hanya bergantung pada aktivitas pembelajaran di dalam ruang kelas. Akan tetapi, beragam kegiatan edukatif yang diselenggarakan di luar lingkungan kelas juga memiliki peran signifikan dalam mendukung tercapainya keberhasilan pendidikan itu sendiri, salah satunya adalah melalui kegiatan ekstrakurikuler.(Sunan Sukmanagara & Lukman Hakim, 2023) Agar dapat memberikan dampak yang maksimal bagi perkembangan siswa, kegiatan ekstrakurikuler memerlukan pengelolaan yang baik melalui tahapan perencanaan yang komprehensif, pengorganisasian yang sistematis, pelaksanaan yang terstruktur, serta pengawasan yang efektif.

Baiknya kualitas aktivitas ekstrakurikuler di sebuah satuan pendidikan menjadi penentu penting bagi standar pendidikan secara keseluruhan di tempat tersebut. Ekstrakurikuler dapat dipandang sebagai representasi merek bagi madrasah yang berpotensi meningkatkan daya tarik bagi calon peserta didik. Bahkan, di madrasah unggul, ekstrakurikuler menempati posisi prioritas utama dalam rangka meningkatkan nama baik madrasah yang mereka naungi.(Salamah & Falah, 2024) Adanya kompetisi yang ketat dalam bidang ekstrakurikuler yang terlihat dalam dunia pendidikan saat ini mengindikasikan bahwa madrasah harus berupaya maksimal agar mampu menyelenggarakan kegiatan pendidikan dengan baik dan bermutu tinggi.

Bagi pengelola institusi pendidikan, membangun identitas merek yang positif memiliki signifikansi yang besar supaya pihak di luar madrasah, terutama calon peserta didik dan khalayak umum, dapat mengenali madrasah dengan baik.(Hermawan & Carnawi, 2024) Branding image pada hakikatnya perkembangan persepsi yang dapat membentuk anggapan dikalangan masyarakat dan pengguna layanan pendidikan bahwa sekolah tersebut memiliki citra sebagai institusi favorit, unggul dan berkarakter, serta memunculkan pandangan-pandangan positif lainnya.(Norman et al., 2023) Citra merek bagi madrasah tidak sekadar merujuk pada nama dan letak geografisnya, melainkan lebih kepada identitas unik yang membuatnya dikenal dan dibedakan dari madrasah lain dalam hal kualitas layanan. Pembentukan citra merek ini tidak hanya bersumber dari prestasi akademik, tetapi juga dari aspek-aspek non-akademik yang ada di madrasah. Cara agar memperoleh citra

bagus dengan berbagai strategi dengan berbagai program di madrasah, salah satunya dengan ekstrakurikuler. (Mohamad & Syayidah, 2023)

Di MA Alkhairaat Pusat Palu, berbagai program ekstrakurikuler telah dilaksanakan untuk mendukung pengembangan peserta didik, seperti Pramuka, Palang Merah Remaja (PMR), PIK-R, Porsis, dan lainnya. Meskipun kegiatan ekstrakurikuler ini cukup aktif dan beberapa di antaranya telah meraih prestasi, namun citra madrasah ini di masyarakat masih belum optimal. Masyarakat umumnya hanya mengenal MA Alkhairaat Pusat Palu sebagai bagian dari lembaga Alkhairaat secara umum, tanpa memahami keunggulan khusus yang dimiliki madrasah ini. Brand image madrasah yang kuat menjadi penting di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat. Madrasah perlu menunjukkan identitas, keunggulan, dan prestasinya agar dapat menarik minat calon peserta didik serta membangun kepercayaan di kalangan masyarakat. Salah satu aspek yang bisa membentuk brand image tersebut adalah melalui keberhasilan dalam pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler.

Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kegiatan ekstrakurikuler yang dilaksanakan di MA Alkhairaat Pusat Palu terhadap brand image madrasah. Temuan dari penelitian ini memberikan nilai tambah dalam bentuk kontribusi bagi madrasah terhadap mengoptimalkan program-program ekstrakurikuler guna meningkatkan citra positif madrasah di mata masyarakat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang diterapkan pada penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan desain Asosiatif kausal. Penelitian ini melibatkan populasi yaitu seluruh peserta didik kelas X dan XI MA Alkhairaat Pusat Palu yang berjumlah 309 siswa. Sampel penelitian sebanyak 174 siswa, yang diperoleh melalui penggunaan rumus Slovin. Data diperoleh dengan cara menggunakan kuesioner yang berskala likert serta melalui kegiatan observasi langsung. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26, melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linear, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis t dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu kegiatan ekstrakurikuler (X), terhadap variabel dependen berupa Brand Image (Y) madrasah di MA Alkhairaat Pusat Palu.

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas instrumen pengukur bertujuan untuk memperlihatkan tingkat kemampuan alat ukur dalam mengukur konsep yang relevan dengan tujuan penelitian. Dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat menunjukkan hal yang akan dinilai oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini Uji validitas dilakukan kepada peserta didik yang mengikuti kegiatan Ekstrakurikuler di MAN 2 Kota Palu dengan menggunakan metode product moment dengan nilai taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Nilai $r_{\text{tabel}} = N-2$ ($32 - 2 = 30$). Nilai r_{tabel} baris ke 30 sebesar 0,361. Syarat validitas suatu item pernyataan apabila :

1. Apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka sebuah instrumen dianggap valid
2. Apabila nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

Hasil uji validitas instrumen mengungkapkan bahwa nilai r_{hitung} seluruh item pernyataan dianggap valid karena nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dengan demikian, item variabel X dan Variabel Y dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah daftar yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dapat diandalkan. Setelah kuesioner dibuat kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan Cronbach's Alpha. Syarat reliabilitas suatu instrumen apabila nilai Cronbach's Alpha (α) > 0,60 (ri). Hasil uji Reabilitas mengungkapkan bahwa pertanyaan nilai cronbach's alpha pada variabel X bernilai 0,917 dan Variabel Y bernilai 0,818 > 0,60 (ri), maka kuesioner yang di uji dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk menentukan apakah distribusi data antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal. Maka dari itu digunakan metode uji normalitas 1-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan dukungan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk sistem operasi Windows. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi data pada penelitian ini berdistribusi normal yaitu dilihat dari Asymp Sig. (2-tailed) nilainya 0,100 dimana nilai tersebut > 0.05 yang artinya berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat keterkaitan berbentuk linear yang signifikan secara statistik antara variabel-variabel yang diteliti. Suatu data dapat dikatakan linear apabila nilai signifikan deviation from linearity > taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan Hasil Uji linearitas diketahui bahwa hubungan antara variabel Ekstrakurikuler (X) terhadap Brand Image (Y) memiliki nilai signifikansi 0,778 > 0,05. Yang artinya kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang linear.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian ini digunakan dalam penelitian untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari sebuah variabel independen Ekstrakurikuler (X) terhadap sebuah variabel dependen Brand Image (Y) Madrasah di MA Alkhairaat Pusat Palu. Dilakukan Pengujian ini dengan melihat nilai signifikannya. Jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh. Berdasarkan Hasil Uji Regresi Linear Sederhana diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara Ekstrakurikuler terhadap Brand Image Madrasah yaitu:

$$Y = 22,575 + 0,304 X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 22,575 menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini sama dengan nol atau diabaikan, maka Brand Image (Y) akan bernilai tetap atau sebesar 22,575.
2. Nilai koefisien Variabel Ekstrakurikuler (X) bernilai positif yaitu sebesar 0,304, yang berarti setiap penambahan satu satuan Variabel Ekstrakurikuler maka akan meningkat Brand Image sebesar 0,304.

d. Uji Hipotesis t

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan data signifikan hasil penelitian, Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Ekstrakurikuler berpengaruh terhadap Brand Image madrasah jika nilai t-hitung > t-tabel serta nilai sig < 0,05. Maka dari hasil tabel dapat dilihat bahwa nilai t-hitung 7,596. Berikutnya untuk mencari t-tabel menggunakan rumus :

$$t\text{-tabel} = (\alpha/2, n-k-1) = (0.05/2; 174-1-1) = (0.025 : 172) = 1.973$$

Maka diperoleh nilai t-tabel pada α 0,025 dan df 172 yaitu sebesar 1.973. Setelah diperoleh nilai t-hitung dan t-tabel maka dibandingkan kedua nilai tersebut, dengan

kerreteria pengambilan keputusan :

1. H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Ekstrakurikuler (x) terhadap Brand Image (Y) Madrasah di MA Alkhairaat pusat palu.
2. H_a : Ada pengaruh yang signifikan variabel Ekstrakurikuler (x) terhadap Brand Image (Y) Madrasah di MA Alkhairaat pusat palu.

Pengambilan keputusan dalam pengujian didasarkan pada pengujian yang dilakukan dengan mempertimbangkan nilai signifikannya. Apabila nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh atau melihat t-hitung dengan t-tabel diperoleh P (signifikan) $0,000 < 0,05$ maka artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Ekstrakurikuler (X) terhadap Brand Image (Y) Madrasah di Ma Alkhairaat pusat palu.

e. koefisien determinasi

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengidentifikasi seberapa besar kontribusi variabel Ekstrakurikuler (X) dalam memengaruhi perubahan pada variabel Dengan Hasil Koefisien determinasi sebesar 0,251 menunjukkan bahwa ekstrakurikuler mempengaruhi brand image sebesar 25,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler dapat membangun citra positif madrasah di mata masyarakat.

Berdasarkan temuan di lapangan, kegiatan ekstrakurikuler di MA Alkhairaat Pusat Palu telah berjalan dengan baik, namun Dalam kenyataannya Brand Image madrasah tersebut masih belum optimal, masyarakat lebih mengenal madrasah tersebut secara historis yaitu sebagai lembaga pendidikan Alkhairaat yang dibangun oleh Al-Habib Idrus Bin Salim Al-Jufri merupakan seorang ulama karismatik dan tokoh pejuang pendidikan Islam yang sangat dihormati di Sulawesi Tengah, bahkan di kawasan timur Indonesia. Masyarakat belum sepenuhnya memahami keunggulan dan kelebihan yang dimiliki oleh madrasah Ma Alkhairaat pusat palu secara luas salah satunya melalui kegiatan ekstrakurikuler.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh Ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah di Ma Alkhairaat pusat palu. Hal ini dinyatakan berdasarkan Uji t hitung $7.596 > t$ tabel 1.973 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel Coefficients (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,000 < 0,05$ dengan nilai ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian bahwa variabel Ekstrakurikuler (X) berpengaruh terhadap variabel Brand Image (Y). Dengan kata lain bahwa Ekstrakurikuler memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image madrasah di Ma Alkhairaat pusat palu.

Besar pengaruh ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah di Ma Alkhairaat pusat palu dari hasil yang diketahui nilai koefisien determinasi atau r square adalah sebesar 0.251. Artinya kontribusi variabel Ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah di Ma Alkhairaat pusat Palu sebesar 25,1% sementara 74,9 yang mendapat pengaruh dari variabel luar yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Nilai kolerasi (R) antara ekstrakurikuler terhadap Brand Image madrasah adalah 0,501, Berdasarkan tabel nilai r korelasi diperoleh nilai tersebut diantara 0,40 – 0,599 dengan demikian, hubungan tersebut dikategorikan "sedang".

Saran penulis mengharapkan Madrasah MA Alkhairaat pusat palu agar lebih mengoptimalkan dan mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler sebagai bagian dari strategi peningkatan brand image. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan berbagai program ekstrakurikuler yang beragam dan inovatif, serta melibatkan siswa dalam kompetisi atau kegiatan yang dapat mengangkat citra positif madrasah di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, R. Z. (2023). Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler dalam Peningkatan Skill Peserta Didik. *Journal of Islamic Education Leadership*, 3(1), 51–68. <https://doi.org/10.30984/jmpi.v3i1.453>
- Eli Masnawati, Didit Darmawan, & Masfufah Masfufah. (2023). Peran Ekstrakurikuler dalam Membentuk Karakter Siswa. *PPIMAN : Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4 SE-Articles), 305–318. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/347>
- Hermawan, I., & Carnawi. (2024). Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 12–26. <https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>
- Inovasi, J., Pendidikan, P., & Vol, P. (2025). PERAN MADRASAH SEBAGAI INSTITUSI PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(4), 1274–1283.
- Intan Oktaviani Agustina, Juliantika Juliantika, Selly Ade Saputri, & Syahla Rizkia Putri N. (2023). Peran Kegiatan Ekstrakurikuler Dalam Pembinaan Dan Pengembangan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 1(4), 86–96. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v1i4.2001>
- Khasanah, F. N., Inayah, H., Hajar, S., & Bahrodin, A. (2023). Al-Adawat: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah PERAN GURU KELAS DALAM MENINGKATKAN POTENSI DIRI PESERTA DIDIK. *Peran Guru Kelas Dalam Meningkatkan Potensi Diri Peserta Didik*, 02(01), 47–57. <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/aladawat>
- Lubis, S. M. (2025). Implementasi Kegiatan Ekstrakurikuler terhadap Pendidikan Karakter Siswa di SMA Negeri 1 Panyabungan. 2.
- Mohamad, S., & Syayidah, L. N. (2023). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Dengan Mengaitkan Nilai Keislaman Di Mts Negeri 2 Nganjuk. *PROPHETIK : Jurnal Kajian Keislaman*, 1(1), 20–32.
- Norman, E., Firmansyah, A. M., & Wahib, A. (2023). Harmony of Local Wisdom: Building the Image of Madrasah to Increase Competitiveness. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(4), 1357–1370. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i4.6533>
- Salamah, A., & Falah, M. S. (2024). Strategi Kepala Madrasah Dalam Membangun Brand Image Madrasah. 13(2), 204–217.
- Sunan Sukmanagara, & Lukman Hakim. (2023). MANAJEMEN EKSTRAKURIKULER DALAM MENINGKATKAN MINAT BAKAT PESERTA DIDIK (STUDI KASUS di SMA INSAN KAMIL TARTILA, TANGERANG). *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 44–54. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.316>