JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN
Homepage : https://ejurnal.stkip-pessel.ac.id/index.php/jmp
Email : jmp@stkip-pessel.ac.id

p-ISSN : 2548-4826 ; e-ISSN : 2548-4834
Vol. 11, No. 5, October 2026
Page 11053-11069
© Author
Jurnal Manajemen Pendidikan

LOGIKA PASAR DALAM PEMBIAYAAN SEKOLAH ISLAM SWASTA ELITIS: TINJAUAN KRITIS TERHADAP KOMERSIALISASI DAN DIFERENSIASI LAYANAN PENDIDIKAN

Abdurrahim Muhammad[1], Esti Yuli Widayanti[2]
[1,2] UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia

Email: abdurrahim.muhammad@student.uinponorogo.ac.id

Check for updates OPEN ACCESS

DOI: https://doi.org/10.34125/jmp.v11i5.2850

Sections Info

Article history:
Submitted: 9 August 2026
Final Revised: 28 August 2026
Accepted: 26 September 2026
Published: 30 October 2026

Keywords:
Market Logic
Educational Financing
Elite Islamic Private Schools
Pierre Bourdieu

ABSTRACT

This study analyzes the operation of market logic in the financing of elite Islamic private schools and its implications for educational justice, particularly for marginalized (mustadh'afin) groups. Employing a qualitative library research design, data were collected from peer-reviewed journals, books, policy documents, and relevant literature on educational marketization and Pierre Bourdieu's capital theory. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana (data condensation, display, and conclusion drawing). The findings reveal that elite Islamic private schools operate within a market logic where religious identity, academic excellence, and institutional reputation serve as symbolic capital. Through capital conversion, this symbolic capital is transformed into economic capital to maintain financial sustainability. However, this mechanism drives the commodification of education and reinforces social filtering, restricting access for economically disadvantaged communities. Consequently, education risks shifting from a vehicle for social mobility into a mechanism that reproduces social inequality. By integrating market logic with Bourdieu's framework, this study demonstrates how financial sustainability strategies in elite Islamic schooling can inadvertently exclude mustadh'afin groups.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kerja logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis dan implikasinya terhadap keadilan pendidikan bagi kelompok mustadh'afin. Menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi pustaka, data bersumber dari literatur ilmiah terkait komersialisasi pendidikan dan teori modal Pierre Bourdieu. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (kondensasi, penyajian, dan verifikasi data). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah Islam swasta elitis memanfaatkan identitas keislaman, reputasi, dan keunggulan akademik sebagai modal simbolik. Melalui konversi modal, modal simbolik ini diubah menjadi modal ekonomi untuk menjaga keberlanjutan finansial lembaga. Namun, proses ini memicu komodifikasi pendidikan dan memperkuat penyaringan sosial yang membatasi akses masyarakat kurang mampu. Akibatnya, fungsi pendidikan bergeser dari instrumen mobilitas sosial menjadi mekanisme reproduksi ketimpangan sosial. Penelitian ini mengintegrasikan logika pasar dan teori Bourdieu untuk menjelaskan bagaimana strategi keberlanjutan finansial sekolah elitis berdampak eksklusi terhadap kelompok mustadh'afin.

Kata kunci: *Logika Pasar, Pembiayaan Pendidikan, Sekolah Islam Swasta Elitis, Pierre Bourdieu*

PENDAHULUAN

Pendidikan dalam perspektif Islam merupakan instrumen pembebasan manusia yang bertujuan mengembangkan potensi intelektual, spiritual, dan sosial secara seimbang (Hakim, 2023; Ulhaq & Ridho, 2024). Sebagai bagian dari hak dasar setiap warga negara, pendidikan idealnya dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang latar belakang ekonomi. Namun, perkembangan sistem pendidikan modern menunjukkan adanya pergeseran orientasi dalam pengelolaan lembaga Pendidikan (Ferdian & Sirozi, 2025; Handayani & Ibrahim, 2025; Norsaniyah, 2025). Di tengah meningkatnya tuntutan mutu, persaingan antarlembaga, dan keterbatasan dukungan pembiayaan, pendidikan semakin dipengaruhi oleh mekanisme pasar yang menempatkan efisiensi, kompetisi, dan daya saing sebagai pertimbangan utama dalam pengelolaan lembaga pendidikan.

Perubahan tersebut turut memengaruhi perkembangan sekolah Islam swasta di Indonesia. Dalam beberapa dekade terakhir, sekolah Islam swasta berkembang tidak hanya sebagai lembaga transmisi nilai-nilai keislaman, tetapi juga sebagai penyedia layanan pendidikan yang menawarkan berbagai keunggulan kompetitif. Program tahfiz Al-Qur'an, kurikulum internasional, pembelajaran bilingual, boarding school, integrasi sains dan agama, serta fasilitas pendidikan modern menjadi bagian dari strategi diferensiasi yang digunakan untuk menarik minat masyarakat (Isbah, 2020; Rani et al., 2023; Sukhoiri, 2022; Wafi et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa sekolah Islam swasta saat ini beroperasi dalam arena yang semakin kompetitif, di mana kualitas layanan dan citra lembaga menjadi faktor penting dalam memperoleh kepercayaan masyarakat.

Dalam konteks tersebut, muncul kelompok sekolah Islam swasta yang memiliki karakteristik elitis, yaitu lembaga pendidikan yang menawarkan layanan unggulan dengan biaya pendidikan relatif tinggi dibandingkan sekolah pada umumnya (Sukhoiri, 2022). Sekolah-sekolah ini tidak hanya membangun keunggulan melalui kualitas akademik, tetapi juga melalui reputasi kelembagaan, budaya religius, jaringan alumni, prestasi siswa, serta berbagai simbol eksklusivitas yang membedakannya dari lembaga pendidikan lain (Amaliyah, 2020). Berbagai atribut tersebut kemudian menjadi daya tarik utama bagi masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi untuk mengakses layanan pendidikan yang dianggap lebih bermutu dan menjanjikan masa depan yang lebih baik bagi peserta didik (Alam, 2023; Wasilah & Muslimah, 2023).

Gambaran mengenai biaya pendidikan tersebut dapat dilihat dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Sosial Budaya dan Pendidikan (Susenas MSBP) Tahun 2024. Rata-rata total biaya pendidikan yang dikeluarkan rumah tangga menunjukkan kecenderungan meningkat seiring dengan jenjang pendidikan. Pada jenjang SD sederajat, rata-rata biaya pendidikan mencapai Rp4,56 juta, meningkat menjadi Rp7,34 juta pada SMP sederajat dan Rp10,19 juta pada SMA/SMK sederajat. Perbedaan juga terlihat berdasarkan karakteristik ekonomi rumah tangga. Kelompok 20% teratas mengeluarkan rata-rata Rp8,88 juta untuk pendidikan SD sederajat, sedangkan kelompok 40% terbawah mengeluarkan Rp3,28 juta. Pola serupa terlihat pada jenjang SMP dan SMA/SMK, di mana kelompok 20% teratas memiliki rata-rata pengeluaran pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok 40% terbawah (Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat, 2025).

Tabel 1. Rata-rata Total Biaya Pendidikan Menurut Karakteristik dan Jenjang Pendidikan (Juta Rupiah), Tahun Ajaran 2023/2024

Karakteristik	SD Sederajat	SMP Sederajat	SMA/SMK Sederajat	Pendidikan Tinggi
Distribusi Pengeluaran				

20% Teratas	8,88 Juta	11,42 Juta	15,35 Juta	24,42 Juta
40% Menengah	4,45 Juta	7,63 Juta	9,39 Juta	14,09 Juta
20% Terbawah	3,28 Juta	5,57 Juta	8,08 Juta	12,48 Juta
Klasifikasi Desa				
Perkotaan	5,4 Juta	8,31 Juta	10,8 Juta	19,89 Juta
Pedesaan	3,4 Juta	5,04 Juta	9,16 Juta	14,92 Juta

Sumber: Badan Pusat Statistik, Susenans MSBP 2024.

Data tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan pendidikan memiliki dimensi ekonomi yang kuat dan berkaitan dengan kemampuan rumah tangga dalam mengakses layanan pendidikan. Persoalan ini menjadi semakin penting ketika lembaga pendidikan menawarkan layanan yang terdiferensiasi dan diposisikan sebagai pendidikan unggulan dengan konsekuensi pembiayaan tertentu. Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, kondisi tersebut tidak hanya menyangkut persoalan pengelolaan keuangan lembaga, tetapi juga menyentuh pertanyaan mengenai siapa yang memiliki kemampuan untuk mengakses layanan pendidikan tersebut dan bagaimana mekanisme pembiayaan dapat membentuk batas-batas sosial dalam pendidikan. Persoalan inilah yang menjadikan kajian mengenai logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis penting dilakukan, terutama untuk melihat hubungan antara diferensiasi layanan, pembentukan nilai simbolik, pembiayaan, dan akses kelompok masyarakat yang kurang beruntung.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep logika pasar (*market logic*), yaitu cara pandang yang menempatkan lembaga pendidikan sebagai aktor yang beroperasi dalam lingkungan kompetitif dan berupaya memperoleh keberlanjutan melalui mekanisme pertukaran nilai (Alajoutsijärvi et al., 2021; Duan & Liu, 2026; Sigahi & Saltorato, 2019). Dalam logika pasar, sekolah tidak hanya menyediakan layanan pendidikan, tetapi juga memproduksi dan menawarkan berbagai bentuk nilai yang dapat dipertukarkan secara ekonomi. Reputasi, kualitas layanan, identitas keagamaan, prestasi akademik, dan lingkungan pendidikan yang eksklusif menjadi aset yang memiliki nilai strategis dalam menarik peserta didik sekaligus memperkuat posisi lembaga dalam persaingan Pendidikan (Bendriyanti et al., 2022).

Perspektif tersebut sejalan dengan pemikiran Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa berbagai bentuk modal dalam masyarakat tidak hanya terbatas pada modal ekonomi, tetapi juga mencakup modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik (Allolayuk, 2021; Bourdieu, 1986; Siswadi, 2024). Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, program unggulan, reputasi keagamaan, prestasi akademik, serta citra kelembagaan dapat dipahami sebagai modal simbolik yang menghasilkan legitimasi sosial di tengah masyarakat. Modal simbolik tersebut kemudian dapat dikonversi menjadi modal ekonomi melalui penetapan biaya pendidikan yang tinggi dan berbagai mekanisme pembiayaan lainnya (Jatmiko et al., 2025; Rahmadani & Alimi, 2023; Zakaria & Amin, 2024). Dengan demikian, keberhasilan finansial sekolah tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber dana, tetapi juga oleh kemampuan membangun dan mempertahankan reputasi yang bernilai di mata masyarakat.

Di sisi lain, keberhasilan sekolah dalam mengonversi modal simbolik menjadi modal ekonomi menyisakan persoalan yang tidak dapat diabaikan. Ketika akses terhadap pendidikan bermutu semakin ditentukan oleh kemampuan ekonomi keluarga, maka pendidikan berpotensi menjadi ruang reproduksi ketimpangan sosial. Kelompok masyarakat yang memiliki modal ekonomi memadai akan lebih mudah memperoleh akses terhadap sekolah-sekolah unggulan, sementara kelompok masyarakat yang lemah secara ekonomi

menghadapi keterbatasan untuk mengakses layanan pendidikan yang sama (Stanojević, 2024). Akibatnya, pendidikan yang semestinya menjadi sarana mobilitas sosial justru berpotensi memperkuat stratifikasi sosial yang telah ada sebelumnya.

Persoalan tersebut menjadi semakin penting ketika ditempatkan dalam perspektif keadilan sosial Islam. Dalam tradisi Islam, keberpihakan kepada kaum mustadh'afin merupakan salah satu prinsip fundamental yang menekankan pentingnya perlindungan dan pemberdayaan kelompok yang lemah secara sosial maupun ekonomi (Alwi et al., 2022; Saifnazarov et al., 2025). Oleh karena itu, perkembangan sekolah Islam swasta elitis yang semakin mengadopsi logika pasar menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sejauh mana orientasi keberlanjutan finansial dan kompetisi kelembagaan berimplikasi terhadap akses kaum mustadh'afin terhadap pendidikan Islam yang berkualitas. Pertanyaan ini penting diajukan mengingat pendidikan Islam pada hakikatnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian mutu, tetapi juga mengemban tanggung jawab moral dan sosial dalam mewujudkan keadilan pendidikan.

Berbagai penelitian mengenai pembiayaan pendidikan Islam umumnya berfokus pada sumber pendanaan, efektivitas pengelolaan keuangan, akuntabilitas anggaran, dan strategi peningkatan mutu Lembaga (Akhyar, 2026; Amelia & Karim, 2025; Ayatika & Karim, 2025; Khomsah & Yusuf, 2025; Rifki & Karim, 2025). Sementara itu, kajian yang menelaah pembiayaan sekolah Islam swasta elitis melalui perspektif logika pasar dan teori modal Pierre Bourdieu masih relatif terbatas. Padahal, perspektif tersebut memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara diferensiasi layanan, pembentukan reputasi, strategi pembiayaan, dan reproduksi ketimpangan akses pendidikan. Dengan demikian, terdapat ruang kajian yang penting untuk menjelaskan bagaimana logika pasar bekerja dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis dan bagaimana implikasinya terhadap kelompok masyarakat yang berada pada posisi sosial-ekonomi yang kurang menguntungkan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis melalui pendekatan studi kepustakaan. Secara khusus, penelitian ini mengkaji proses konversi modal simbolik menjadi modal ekonomi dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis berdasarkan perspektif Pierre Bourdieu, serta menganalisis implikasi logika pasar tersebut terhadap akses kaum mustadh'afin terhadap layanan pendidikan Islam yang bermutu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konseptual mengenai logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis serta implikasinya terhadap akses pendidikan bagi kaum mustadh'afin. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber pustaka yang relevan, meliputi artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku akademik, hasil penelitian, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan pembiayaan pendidikan, logika pasar dalam pendidikan, sekolah Islam swasta, dan teori modal Pierre Bourdieu. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan relevansi tema, kredibilitas akademik, dan kontribusinya terhadap pembahasan penelitian (Dewi et al., 2024; Kusumastuti & Khoiron, 2019; Sugiyono, 2017; Zed, 2014).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Analisis dilakukan melalui tahapan kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*) (Miles et al., 2014). Dalam proses analisis, teori modal Pierre Bourdieu digunakan sebagai pisau analisis untuk

memahami proses konversi modal simbolik menjadi modal ekonomi dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis, serta untuk mengkaji bagaimana mekanisme tersebut berimplikasi terhadap reproduksi ketimpangan akses pendidikan bagi kelompok masyarakat yang secara ekonomi kurang beruntung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logika Pasar dalam Transformasi Pendidikan Islam Kontemporer

Perkembangan pendidikan Islam di Indonesia menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam cara lembaga pendidikan dikelola dan diposisikan di tengah masyarakat. Jika pada masa sebelumnya lembaga pendidikan Islam lebih banyak dipahami sebagai instrumen dakwah, transmisi ilmu keislaman, dan pelayanan sosial kepada masyarakat, maka perkembangan sosial, ekonomi, dan teknologi telah mendorong lahirnya paradigma baru dalam pengelolaan pendidikan Islam (Asmanto et al., 2023; Defnaldi et al., 2023). Meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap mutu pendidikan, kompetensi lulusan, penguasaan teknologi, serta kesiapan menghadapi persaingan global menyebabkan lembaga pendidikan Islam dituntut untuk terus beradaptasi dan berinovasi (Ichsan et al., 2020; Kirana et al., 2025; Uswatiyah, 2024). Dalam situasi tersebut, sekolah Islam tidak lagi hanya bersaing dalam ranah ideologis atau keagamaan, tetapi juga dalam pasar pendidikan yang semakin kompetitif.

Transformasi tersebut ditandai oleh munculnya berbagai sekolah Islam swasta yang menawarkan layanan pendidikan dengan karakteristik yang beragam. Program tahfiz Al-Qur'an, kurikulum internasional, pembelajaran bilingual, boarding school, integrasi ilmu agama dan sains, hingga penggunaan teknologi digital dalam pembelajaran menjadi bentuk diferensiasi yang banyak dikembangkan oleh sekolah Islam kontemporer (Hidayatulloh et al., 2024; Irwan et al., 2024; Musaddad, 2023; Tanjung et al., 2025). Berbagai program tersebut menunjukkan bahwa lembaga pendidikan Islam tidak hanya berupaya memenuhi fungsi pendidikan, tetapi juga membangun identitas kelembagaan yang mampu menarik minat masyarakat. Dalam konteks ini, sekolah Islam mulai beroperasi dalam ruang persaingan yang menuntut kemampuan untuk menawarkan keunggulan tertentu dibandingkan lembaga pendidikan lainnya.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep logika pasar (*market logic*), yaitu cara pandang yang menempatkan organisasi sebagai aktor yang harus mampu bertahan melalui kompetisi, efisiensi, inovasi, dan kemampuan menciptakan nilai bagi konsumennya (Budihartono et al., 2025; Fauzi et al., 2026; Ferdian & Sirozi, 2025). Dalam sektor pendidikan, logika pasar mendorong sekolah untuk memperlakukan peserta didik dan orang tua sebagai pihak yang memiliki pilihan terhadap berbagai layanan pendidikan yang tersedia. Akibatnya, sekolah dituntut untuk membangun citra, meningkatkan kualitas layanan, memperkuat reputasi, dan mengembangkan berbagai strategi diferensiasi agar tetap diminati oleh masyarakat (Natavia et al., 2025; Verger et al., 2023). Dalam kondisi demikian, keberhasilan lembaga pendidikan tidak hanya diukur dari fungsi edukatif yang dijalankan, tetapi juga dari kemampuannya memperoleh kepercayaan publik dan mempertahankan keberlanjutan finansial.

Masuknya logika pasar ke dalam pendidikan Islam tidak selalu dipandang sebagai fenomena yang sepenuhnya negatif. Di satu sisi, kompetisi mendorong lembaga pendidikan Islam untuk meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki tata kelola organisasi, memperkuat profesionalisme tenaga pendidik, dan mengembangkan berbagai inovasi pembelajaran. Kompetisi juga memungkinkan sekolah Islam untuk lebih responsif terhadap kebutuhan

masyarakat yang terus berubah (Triani & Khoiri, 2025). Oleh karena itu, tidak sedikit sekolah Islam yang berhasil berkembang menjadi lembaga pendidikan unggulan karena mampu mengelola sumber daya secara efektif dan membangun kepercayaan masyarakat melalui berbagai program yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Namun demikian, dominasi logika pasar juga memunculkan sejumlah konsekuensi yang perlu dikaji secara kritis. Ketika pendidikan semakin dipandang sebagai komoditas yang dapat dipertukarkan melalui mekanisme pasar, maka kualitas layanan pendidikan cenderung dikaitkan dengan kemampuan ekonomi untuk mengaksesnya. Dalam situasi tersebut, sekolah yang memiliki reputasi tinggi memperoleh legitimasi untuk menetapkan biaya pendidikan yang lebih besar, sedangkan masyarakat yang memiliki keterbatasan ekonomi menghadapi hambatan untuk memperoleh layanan pendidikan yang sama (Fauzi et al., 2026; Rahmah et al., 2024; Verger et al., 2023; Yuan, 2024). Akibatnya, akses terhadap pendidikan berkualitas tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh hak warga negara atas pendidikan, melainkan juga oleh kemampuan ekonomi masing-masing keluarga.

Perspektif kritis terhadap fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui pemikiran Pierre Bourdieu mengenai hubungan antara pendidikan dan reproduksi struktur sosial. Bourdieu berpendapat bahwa lembaga pendidikan tidak selalu berfungsi sebagai sarana mobilitas sosial yang netral, tetapi juga dapat menjadi mekanisme reproduksi ketimpangan melalui distribusi modal yang tidak merata (Addina & Hanif, 2025; Allolayuk, 2021; Shih, 2026). Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, berbagai bentuk keunggulan yang dimiliki sekolah, seperti reputasi akademik, identitas religius, fasilitas modern, dan jaringan sosial, dapat dipahami sebagai modal simbolik yang bernilai tinggi di mata masyarakat (Hikmat, 2024). Modal simbolik tersebut kemudian menjadi sumber legitimasi bagi sekolah untuk memperoleh keuntungan ekonomi melalui berbagai skema pembiayaan pendidikan.

Dengan demikian, transformasi pendidikan Islam kontemporer tidak dapat dipahami hanya sebagai proses peningkatan mutu lembaga pendidikan. Transformasi tersebut juga menunjukkan pergeseran orientasi pendidikan Islam ke dalam arena kompetisi yang semakin dipengaruhi oleh logika pasar. Dalam arena ini, diferensiasi layanan, reputasi kelembagaan, dan identitas keislaman menjadi instrumen strategis yang menentukan posisi sekolah dalam pasar pendidikan. Kondisi inilah yang kemudian menjadi titik awal untuk memahami bagaimana modal simbolik yang dimiliki sekolah Islam swasta elitis dikonversi menjadi modal ekonomi sebagai bagian dari strategi pembiayaan lembaga, yang akan dibahas pada bagian berikutnya.

Diferensiasi dan Reputasi sebagai Modal Simbolik Sekolah Islam Swasta Elitis

Dalam lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif, sekolah Islam swasta elitis tidak hanya mengandalkan fungsi pendidikan sebagai sarana transfer ilmu pengetahuan dan nilai-nilai keislaman (Zakaria & Amin, 2024). Lembaga pendidikan juga dituntut untuk membangun identitas yang mampu membedakannya dari sekolah lain. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai strategi diferensiasi yang dirancang untuk menciptakan keunikan sekaligus meningkatkan daya tarik lembaga di mata masyarakat (Riyadi et al., 2023). Diferensiasi menjadi penting karena masyarakat modern tidak lagi memilih sekolah semata berdasarkan kedekatan geografis atau identitas keagamaan, tetapi juga mempertimbangkan kualitas layanan, prospek masa depan, lingkungan belajar, dan prestise yang melekat pada suatu lembaga pendidikan (Rizkiyah et al., 2020).

Pada sekolah Islam swasta elitis, diferensiasi diwujudkan dalam berbagai bentuk program unggulan. Program tahfiz Al-Qur'an, pembelajaran berbasis bahasa asing, kurikulum

internasional, boarding school, integrasi ilmu agama dan sains, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi beberapa karakteristik yang sering ditawarkan kepada masyarakat (Aziz & Widodo, 2023; Wasilah & Muslimah, 2023). Secara substantif, berbagai program tersebut memang bertujuan meningkatkan mutu pendidikan. Namun dalam perspektif logika pasar, program-program tersebut juga berfungsi sebagai instrumen penciptaan nilai yang membedakan suatu sekolah dari kompetitornya. Semakin unik dan eksklusif program yang ditawarkan, semakin tinggi pula peluang sekolah untuk memperoleh perhatian dan kepercayaan masyarakat (Handayani & Ibrahim, 2025; Jamroji, 2024).

Diferensiasi yang dilakukan secara konsisten pada akhirnya melahirkan reputasi kelembagaan. Reputasi merupakan persepsi kolektif masyarakat terhadap kualitas, kredibilitas, dan keunggulan suatu lembaga. Dalam dunia pendidikan, reputasi tidak dibangun dalam waktu singkat, melainkan melalui akumulasi berbagai pencapaian seperti prestasi akademik, kualitas lulusan, kompetensi tenaga pendidik, budaya sekolah, serta keberhasilan alumni. Reputasi yang kuat menjadikan sekolah memperoleh legitimasi sosial yang lebih besar dibandingkan lembaga pendidikan lain (Bashori, 2022; Miotto et al., 2020; Warta et al., 2024). Oleh karena itu, reputasi sering kali menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori modal Pierre Bourdieu. Menurut Bourdieu, kehidupan sosial tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan modal ekonomi, tetapi juga oleh modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik. Modal simbolik merujuk pada pengakuan, prestise, kehormatan, dan legitimasi yang dimiliki oleh individu maupun institusi dalam suatu arena sosial (Allolayuk, 2021; Darmawan, 2024). Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, reputasi akademik, identitas religius, budaya sekolah yang kuat, serta berbagai simbol keunggulan lainnya merupakan bentuk modal simbolik yang bernilai tinggi. Modal simbolik ini tidak muncul secara alami, melainkan dibangun melalui proses panjang yang melibatkan strategi institusional, investasi sumber daya, serta pengakuan masyarakat terhadap kualitas lembaga.

Lebih jauh, identitas keislaman yang dimiliki sekolah juga dapat dipahami sebagai bagian dari modal simbolik. Program tahfiz, budaya religius, pembiasaan ibadah, maupun citra sebagai sekolah yang mampu membentuk karakter Islami memberikan nilai tambah yang tidak selalu dimiliki oleh lembaga pendidikan lain. Bagi sebagian masyarakat Muslim, atribut-atribut tersebut tidak hanya dipandang sebagai layanan pendidikan, tetapi juga sebagai representasi harapan akan terbentuknya generasi yang unggul secara akademik sekaligus kuat secara spiritual (Solechah et al., 2022). Oleh karena itu, identitas keislaman tidak hanya berfungsi sebagai karakter lembaga, tetapi juga menjadi sumber legitimasi sosial yang memperkuat posisi sekolah dalam arena persaingan pendidikan.

Dalam perspektif logika pasar, diferensiasi dan reputasi yang telah berkembang menjadi modal simbolik memiliki nilai strategis karena mampu meningkatkan daya tarik lembaga. Semakin tinggi pengakuan masyarakat terhadap kualitas dan prestise suatu sekolah, semakin besar pula tingkat permintaan terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan (Warta et al., 2024). Kondisi ini menciptakan hubungan yang erat antara reputasi dan keberlanjutan lembaga. Sekolah yang memiliki modal simbolik yang kuat cenderung memperoleh kepercayaan publik yang lebih besar, jumlah pendaftar yang lebih tinggi, serta posisi tawar yang lebih kuat dalam menentukan kebijakan pembiayaan pendidikan (Tumangday, 2025).

Dengan demikian, diferensiasi dan reputasi tidak dapat dipahami hanya sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan. Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, keduanya telah berkembang menjadi modal simbolik yang memiliki fungsi ekonomi dan sosial sekaligus.

Melalui diferensiasi dan reputasi, sekolah memperoleh legitimasi untuk menempati posisi tertentu dalam pasar pendidikan serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran layanannya. Kondisi inilah yang membuka peluang terjadinya konversi modal simbolik menjadi modal ekonomi dalam praktik pembiayaan sekolah, yang menjadi pembahasan utama pada bagian berikutnya.

Konversi Modal Simbolik Menjadi Modal Ekonomi dalam Pembiayaan Sekolah Islam Swasta Elitis

Dalam pemikiran Pierre Bourdieu, berbagai bentuk modal yang dimiliki individu maupun institusi tidak bersifat statis, melainkan dapat saling dikonversi sesuai dengan kepentingan dan posisi aktor dalam suatu arena sosial. Modal simbolik yang berupa prestise, kehormatan, pengakuan, dan legitimasi sosial dapat diubah menjadi modal ekonomi ketika memperoleh pengakuan yang cukup kuat dari masyarakat (Bourdieu, 1986; Darmawan, 2024; Shih, 2026). Konsep ini memberikan kerangka yang relevan untuk memahami praktik pembiayaan pada sekolah Islam swasta elitis. Dalam banyak kasus, keberhasilan lembaga pendidikan memperoleh sumber pendanaan tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan operasional atau kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga oleh kemampuan sekolah mengelola dan memanfaatkan modal simbolik yang dimilikinya (Amaliyah, 2020).

Pada sekolah Islam swasta elitis, reputasi akademik, identitas keislaman, kualitas lulusan, serta berbagai program unggulan merupakan bentuk modal simbolik yang memiliki nilai tinggi di mata masyarakat. Keberhasilan sekolah dalam membangun citra sebagai lembaga pendidikan unggulan menciptakan persepsi bahwa layanan yang diberikan memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan lembaga pendidikan lainnya. Persepsi tersebut pada akhirnya melahirkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga (Ghufron et al., 2023). Dalam konteks inilah modal simbolik mulai berfungsi sebagai sumber daya ekonomi yang memungkinkan sekolah memperoleh dukungan finansial yang lebih besar dari para pengguna layanan pendidikan.

Proses konversi modal simbolik menjadi modal ekonomi dapat dilihat melalui berbagai mekanisme pembiayaan yang diterapkan sekolah. Tingginya biaya pendaftaran, uang pangkal, sumbangan pengembangan institusi, maupun biaya pendidikan bulanan sering kali memperoleh legitimasi karena dikaitkan dengan reputasi dan kualitas layanan yang dimiliki sekolah. Masyarakat tidak hanya membayar untuk memperoleh layanan pembelajaran, tetapi juga untuk mendapatkan akses terhadap berbagai nilai yang melekat pada lembaga tersebut, seperti lingkungan pendidikan yang religius, jaringan sosial yang luas, prestise kelembagaan, dan peluang akademik yang lebih besar bagi peserta didik. Dengan demikian, biaya pendidikan tidak hanya mencerminkan kebutuhan finansial lembaga, tetapi juga mencerminkan nilai simbolik yang telah berhasil dibangun dan diakui oleh masyarakat.

Dalam perspektif logika pasar, kondisi tersebut merupakan konsekuensi logis dari mekanisme persaingan. Sekolah yang mampu membangun reputasi yang lebih kuat memiliki peluang untuk memperoleh permintaan yang lebih tinggi dari masyarakat (Ghufron et al., 2023). Tingginya permintaan tersebut kemudian memperkuat posisi tawar lembaga dalam menetapkan biaya pendidikan. Semakin besar pengakuan masyarakat terhadap kualitas suatu sekolah, semakin besar pula peluang sekolah untuk memperoleh keuntungan ekonomi dari modal simbolik yang dimilikinya (Amaliyah, 2020; Tumangday, 2025). Oleh karena itu, investasi pada pembangunan citra, peningkatan kualitas layanan, dan penguatan identitas kelembagaan tidak hanya berfungsi sebagai strategi peningkatan mutu, tetapi juga sebagai strategi pembiayaan jangka panjang.

Namun demikian, konversi modal simbolik menjadi modal ekonomi juga menunjukkan bahwa pembiayaan pendidikan tidak lagi sepenuhnya berorientasi pada fungsi sosial pendidikan. Ketika reputasi dan prestise menjadi sumber legitimasi bagi peningkatan biaya pendidikan, maka akses terhadap layanan pendidikan berkualitas semakin dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi keluarga (Stanojević, 2024). Dalam kondisi tersebut, mekanisme pembiayaan secara tidak langsung berfungsi sebagai instrumen seleksi sosial yang membedakan kelompok masyarakat yang mampu mengakses pendidikan unggulan dengan kelompok masyarakat yang tidak memiliki sumber daya ekonomi yang memadai.

Lebih jauh, fenomena ini memperlihatkan bagaimana arena pendidikan berpotensi menjadi ruang reproduksi ketimpangan sosial sebagaimana dijelaskan oleh Bourdieu. Kelompok masyarakat yang telah memiliki modal ekonomi cenderung lebih mudah mengakses sekolah-sekolah yang memiliki modal simbolik tinggi. Sebaliknya, kelompok masyarakat yang lemah secara ekonomi menghadapi hambatan untuk memperoleh akses terhadap lembaga pendidikan yang sama (Allolayuk, 2021). Akibatnya, modal ekonomi yang dimiliki keluarga memungkinkan mereka memperoleh modal kultural dan modal sosial yang lebih besar melalui pendidikan, sehingga ketimpangan yang telah ada sebelumnya terus direproduksi melalui sistem pendidikan itu sendiri.

Dalam konteks sekolah Islam swasta elitis, kondisi tersebut menghadirkan dilema yang menarik. Di satu sisi, kemampuan mengonversi modal simbolik menjadi modal ekonomi berkontribusi terhadap keberlanjutan finansial lembaga dan memungkinkan sekolah terus meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Di sisi lain, mekanisme tersebut berpotensi memperkuat eksklusivitas pendidikan dan mempersempit akses kelompok masyarakat yang kurang mampu. Dengan demikian, keberhasilan finansial sekolah tidak dapat dipahami semata sebagai indikator keberhasilan manajerial, tetapi juga perlu dianalisis dalam kaitannya dengan dampak sosial yang ditimbulkan. Persoalan inilah yang menjadi titik masuk untuk membahas posisi kaum mustadh'afin dalam lanskap pendidikan Islam yang semakin dipengaruhi oleh logika pasar.

Kaum Mustadh'afin dan Problematika Keadilan Akses Pendidikan

Pembahasan mengenai logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis pada akhirnya tidak dapat dilepaskan dari persoalan keadilan pendidikan. Meskipun berbagai strategi diferensiasi, pembangunan reputasi, dan penguatan keberlanjutan finansial memberikan kontribusi terhadap perkembangan lembaga pendidikan, penerapan logika pasar juga menghadirkan konsekuensi sosial yang perlu dikaji secara kritis. Salah satu konsekuensi tersebut adalah semakin kuatnya hubungan antara kualitas layanan pendidikan dan kemampuan ekonomi untuk mengaksesnya (Allolayuk, 2021; Isbah & Sakhiyya, 2023; Zakaria & Amin, 2024). Dalam kondisi demikian, pendidikan yang semestinya menjadi sarana pemerataan kesempatan berpotensi berubah menjadi ruang yang merefleksikan dan memperkuat ketimpangan sosial yang telah ada dalam masyarakat.

Pada sekolah Islam swasta elitis, berbagai keunggulan yang ditawarkan seperti program tahfiz unggulan, kurikulum internasional, pembelajaran berbasis bahasa asing, fasilitas modern, serta lingkungan pendidikan yang eksklusif sering kali diikuti oleh biaya pendidikan yang relatif tinggi. Akibatnya, akses terhadap layanan pendidikan tersebut lebih mudah dijangkau oleh kelompok masyarakat yang memiliki modal ekonomi yang memadai dibandingkan kelompok masyarakat ekonomi lemah (Kaulika, 2023; Zakaria & Amin, 2024). Dalam situasi ini, pembiayaan pendidikan tidak lagi berfungsi semata sebagai instrumen pendukung penyelenggaraan pendidikan, tetapi juga menjadi mekanisme penyaringan sosial

yang menentukan siapa yang memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh akses terhadap sumber daya pendidikan yang unggul.

Dari perspektif Pierre Bourdieu, fenomena tersebut menunjukkan bahwa pendidikan dapat berfungsi sebagai arena reproduksi ketimpangan sosial. Kelompok masyarakat yang memiliki modal ekonomi lebih besar memperoleh kesempatan untuk mengakses sekolah-sekolah yang memiliki modal simbolik tinggi. Melalui akses tersebut, mereka tidak hanya memperoleh layanan pendidikan yang lebih baik, tetapi juga mendapatkan tambahan modal kultural, modal sosial, dan modal simbolik yang semakin memperkuat posisi mereka dalam struktur sosial. Sebaliknya, kelompok masyarakat yang tidak memiliki sumber daya ekonomi yang memadai menghadapi keterbatasan dalam memperoleh akses terhadap lembaga pendidikan yang sama (Hikmat, 2024; Ni, 2024; Stanojević, 2024). Akibatnya, pendidikan yang seharusnya menjadi sarana mobilitas sosial justru berpotensi mempertahankan distribusi modal yang tidak merata antarkelompok masyarakat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sekolah Islam swasta elitis tidak hanya menjalankan fungsi pendidikan, tetapi juga berpotensi menjadi arena reproduksi kelas sosial. Peserta didik dari keluarga yang memiliki modal ekonomi tinggi memperoleh akses terhadap lingkungan belajar yang unggul, jaringan sosial yang luas, serta berbagai peluang pengembangan diri yang lebih besar. Melalui proses tersebut, modal ekonomi yang dimiliki keluarga dikonversi menjadi modal kultural dan modal sosial yang kemudian memperkuat peluang keberhasilan generasi berikutnya. Siklus ini berlangsung secara berulang sehingga pendidikan tidak selalu menghasilkan mobilitas sosial, tetapi dapat pula menjadi mekanisme yang mempertahankan posisi sosial kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat.

Lebih jauh, logika pasar dalam pendidikan tidak hanya mengubah cara sekolah memperoleh sumber pembiayaan, tetapi juga mengubah objek yang dipertukarkan dalam pasar pendidikan. Masyarakat tidak lagi sekadar membeli layanan pembelajaran, melainkan juga membeli harapan mobilitas sosial, prestise sosial, dan akses terhadap jaringan yang dianggap mampu meningkatkan posisi sosial peserta didik di masa depan. Reputasi sekolah, keberhasilan alumni, peluang masuk perguruan tinggi unggulan, dan citra kelembagaan menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Verger et al., 2023). Dalam konteks ini, pendidikan mengalami proses komodifikasi yang semakin kuat, di mana nilai suatu lembaga tidak hanya diukur berdasarkan fungsi edukatifnya, tetapi juga berdasarkan kemampuannya menghasilkan keuntungan simbolik bagi para penggunanya.

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks ketika ditempatkan dalam konteks pendidikan Islam. Secara historis, pendidikan Islam berkembang sebagai instrumen dakwah, pemberdayaan umat, dan penguatan keadilan sosial (Hakim, 2023; Ulhaq & Ridho, 2024). Namun, ketika sekolah Islam semakin terintegrasi ke dalam logika pasar, muncul paradoks yang sulit diabaikan. Semakin berhasil suatu sekolah membangun reputasi, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat posisi kompetitifnya dalam pasar pendidikan, semakin besar pula kemungkinan meningkatnya biaya pendidikan yang harus ditanggung oleh peserta didik (Isbah & Sakhiyya, 2023). Akibatnya, kelompok masyarakat yang secara ekonomi lemah justru semakin sulit mengakses lembaga pendidikan Islam yang dianggap paling bermutu. Dengan kata lain, keberhasilan lembaga dalam pasar pendidikan berpotensi menghasilkan jarak yang semakin lebar antara sekolah Islam unggulan dan kelompok mustadh'afin yang secara normatif menjadi objek utama keberpihakan sosial dalam ajaran Islam.

Selain menghasilkan eksklusi ekonomi, logika pasar juga berpotensi melahirkan eksklusi simbolik. Biaya pendidikan yang tinggi, budaya sekolah yang eksklusif, serta citra kelembagaan yang diasosiasikan dengan kelompok sosial tertentu secara tidak langsung

membangun batas-batas sosial yang memengaruhi cara masyarakat memandang dirinya sendiri. Dalam banyak kasus, kelompok mustadh'afin tidak hanya mengalami hambatan karena keterbatasan biaya, tetapi juga karena munculnya persepsi bahwa sekolah-sekolah unggulan tersebut bukanlah ruang yang ditujukan bagi mereka (Zancajo et al., 2023). Akibatnya, marginalisasi tidak hanya terjadi pada tingkat akses ekonomi, tetapi juga pada tingkat kesadaran sosial dan psikologis yang membuat kelompok tertentu tersingkir bahkan sebelum memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi.

Dari perspektif kritis, problem utama logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis bukan terletak pada tingginya biaya pendidikan semata, melainkan pada transformasi pendidikan dari instrumen pemerataan sosial menjadi instrumen diferensiasi sosial. Ketika akses terhadap pendidikan terbaik semakin ditentukan oleh kepemilikan modal ekonomi, maka sekolah berisiko kehilangan fungsinya sebagai sarana mobilitas sosial dan justru menjadi mekanisme reproduksi ketimpangan. Oleh karena itu, tantangan pendidikan Islam kontemporer bukan hanya bagaimana membangun lembaga yang unggul dan berkelanjutan secara finansial, tetapi juga bagaimana memastikan bahwa keberhasilan ekonomi lembaga tidak dibangun melalui eksklusi kelompok mustadh'afin yang secara moral dan teologis menjadi subjek utama keberpihakan sosial dalam ajaran Islam.

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai literatur yang telah dibahas, dapat dipahami bahwa logika pasar dalam pembiayaan sekolah Islam swasta elitis berlangsung melalui keterkaitan antara diferensiasi layanan, pembentukan reputasi, modal simbolik, dan konversinya menjadi modal ekonomi. Mekanisme tersebut memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan finansial lembaga, tetapi pada saat yang sama berpotensi membentuk batas-batas akses pendidikan berdasarkan kemampuan ekonomi masyarakat. Sintesis hasil penelitian tersebut disajikan dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Sintesis Hasil Analisis Logika Pasar dalam Pembiayaan Sekolah Islam Swasta Elitis

Aspek	Temuan	Perspektif Bourdieu	Implikasi
Diferensiasi layanan	Program tahfizh, kurikulum unggulan, bahasa asing, fasilitas modern	Modal simbolik	Meningkatkan daya tarik dan posisi sekolah
Identitas keislaman	Budaya religius, pembiasaan ibadah, dan citra pendidikan Islami	Modal simbolik	Membentuk legitimasi dan kepercayaan masyarakat
Reputasi dan prestasi	Citra sekolah unggulan dan capaian akademik/nonakademik	Modal simbolik	Meningkatkan permintaan terhadap layanan pendidikan
Konversi modal	Nilai simbolik sekolah diterjemahkan ke dalam nilai ekonomi melalui pembiayaan pendidikan	Modal simbolik menjadi modal ekonomi	Mendukung keberlanjutan finansial lembaga
Pembiayaan dan akses	Biaya pendidikan yang relatif tinggi berkaitan dengan kemampuan ekonomi keluarga	Modal ekonomi	Membentuk batas kemampuan untuk mengakses layanan
Dampak sosial	Terjadi potensi penyaringan ekonomi dan eksklusi simbolik	Reproduksi modal	Berpotensi memperkuat ketimpangan akses

			pendidikan
Posisi *mustadh'afin*	Kelompok ekonomi lemah menghadapi hambatan lebih besar dalam mengakses layanan pendidikan elitis	Ketimpangan distribusi modal	Pendidikan berpotensi bergeser dari mobilitas sosial menuju reproduksi ketimpangan

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan sekolah Islam swasta elitis tidak terlepas dari bekerjanya logika pasar. Diferensiasi layanan, reputasi, prestasi, dan identitas keislaman berfungsi sebagai modal simbolik yang dapat dikonversi menjadi modal ekonomi melalui mekanisme pembiayaan pendidikan. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, keberlanjutan finansial lembaga tidak hanya ditentukan oleh tata kelola dana, tetapi juga oleh kemampuan sekolah mengapitalisasi nilai simbolik yang dimilikinya. Mekanisme tersebut dapat memperkuat posisi sekolah dalam persaingan pendidikan, tetapi pada saat yang sama berpotensi menjadikan kemampuan ekonomi sebagai batas akses terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan adanya ketegangan antara orientasi keberlanjutan finansial lembaga dan prinsip keadilan akses pendidikan bagi kelompok masyarakat yang kurang mampu (*mustadh'afin*). Dengan demikian, pengelolaan pembiayaan sekolah Islam perlu mempertimbangkan tidak hanya aspek keberlanjutan dan kualitas layanan, tetapi juga dampak sosial dari mekanisme pembiayaan terhadap akses pendidikan. Sebagai penelitian kepustakaan, temuan ini bersifat konseptual dan memerlukan pengujian lebih lanjut melalui penelitian empiris pada sekolah Islam swasta elitis.

REFERENSI

Addina, N., & Hanif, M. (2025). Pendidikan dan Kekuasaan: Antara Pembebasan dan Dominasi Perspektid Michel Foucault, Pierre Bourdieu, dan Paulo Freire. *JIPIPI: Jurnal Inocasi Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, *2*(4), 196–210. https://doi.org/10.31004/fdswm377

Akhyar, Y. (2026). Optimalisasi Manajemen Keuangan Pendidikan Berbasis Syariah di Lembaga Pendidikan Islam. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, *3*(2), 1–10. https://ejournal.alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/article/view/686

Alajoutsijärvi, K., Alon, I., & Pinheiro, R. (2021). The Marketisation of Higher Education: Antecedents, Processes, and Outcomes. In J. D. Branch & B. Christiansen (Ed.), *The Marketisation of Higher Education: Concepts, Cases, and Criticisms* (hal. 17–45). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67441-0_2

Alam, L. (2023). The Piety and Educational Aspirations of the Muslim Middle Class in Yogyakarta. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, *18*(1), 97–116. https://doi.org/10.21043/edukasia.v18i1.17134

Allolayuk, A. (2021). Menyingkap Sisi Gelap Pendidikan Sebagai Arena Reproduksi Kesenjangan Sosial Berdasarkan Perspektif Pierre Bourdieu. *Syntax Idea*, *3*(8), 1802–1813. https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i8.1407

Alwi, M., Rusdi, M., Abubakar, A., & Ilham, M. (2022). Al-Mustadh'afin: Reflection of the Qur'an on Social Inequalities. *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, *8*(2), 327–344. https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.5633

Amaliyah. (2020). Elite School Policies; Superios Islamic Schools. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, *9*(2), 133–154. https://doi.org/10.30868/ei.v9i02.907

Amelia, R., & Karim, H. A. (2025). The Importance of Education Financing Management in Islamic Institution. *FiTUA: Jurnal Studi Islam*, *6*(1), 39–47. https://doi.org/10.47625/fitua.v6i1.1013

Asmanto, B., Suradi, Warisno, A., Andari, A. A., & Anshori, M. A. (2023). The Evolution of Islamic Educational Institutions in Indonesia. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, *8*(1), 262–272. https://doi.org/10.31851/jmksp.v8i1.11117

Ayatika, A., & Karim, H. A. (2025). Analysis of the Scope of Islamic Education Financing Management. *International Conference on Managemen of Islamic Education (ICMIE)*, *2*(1), 309–311. https://doi.org/10.30983/icmie.v2i1.98

Aziz, M. T., & Widodo, L. (2023). Pengembangan Program Unggulan di SMP Islam Sabilur Rosyad. *Daarus Tsaqofah: Jurnal Pendidikan Pascasarjana Universitas Qomaruddin*, *1*(1), 49–55. https://doi.org/10.62740/jppuqg.v1i1.17

Bashori. (2022). A Reputation Analysis and State Higher Education Institution Performance in West Sumatra, Indonesia. *Idarah: Jurnal Pendidikan dan Kependidikan*, *6*(2), 133–142. https://doi.org/10.47766/idarah.v6i2.103

Bendriyanti, R. P., Suwarni, Mukrimah, Gadzali, S. S., & Susiloningtyas, R. (2022). Competitive Education Marketing Management in Integrated Islamic Education Institutions: Islamic Education Interests in Modern Society. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education (AJIE)*, *6*(2), 300–309. https://doi.org/10.35723/ajie.v6i2.297

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (hal. 241–258). Greenwood Press.

Budihartono, Usman, S., & Damopolii, M. (2025). Komersialisasi Pendidikan dalam Perspektif Pendidikan Islam. *ORIENT: Journal of Islamic Studies & Culture*, *1*(02), 11–17. https://ejournal.kabarmoe.com/index.php/orient/article/view/43

Darmawan. (2024). Pierre Bourdieu's Theory of Social Practice: Understanding Habitus, Capital, and the Arena in Social Life. *Journal La Sociale*, *5*(6), 2175–2187. https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i6.2131

Defnaldi, Yunani, Warisno, A., Andari, A. A., & Anshori, M. A. (2023). The Evolution of Islamic Education Institutions in Indonesia. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, *8*(1), 164–174. https://doi.org/10.31851/jmksp.v8i1.10941

Dewi, N. P. S., Hidayat, F., Doriza, S., Santosa, Y. B. P., Azzarah, M. A., Suradi, A., Fadjarajani, S., Ariyani, R., Krisdayanto, Sugiyanto, Istianti, H. N., Oksidriyani, S., Maulana, M. S., Suandana, I. A., Judijanto, L., Hermawati, I., Maulina, H., & K., D. H. (2024). *Dasar Metode Penelitian*. Mafy Media.

Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat. (2025). *Statistik Penunjang Pendidikan: Hasil Susenas Modul Sosial Budaya dan Pendidikan 2024*. Badan Pusat Statistik.

Duan, X., & Liu, Y. (2026). Market Forces, Massification, and Neoliberalism in Higher Education. In *Transforming Private Higher Education in Asia Through Creativity and Purpose* (hal. 69–102). IGI Global Scientific Publishing. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-4933-6.ch003

Fauzi, N. A., Zayyana, Z., Mafaza, H., & Khobir, A. (2026). Kritik dan Implementasi Kapitalisme dalam Pendidikan Kontemporer: Kajian terhadap Komersialisasi Institusi Pendidikan Tinggi di Indonesia. *Ikhlas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, *3*(1), 1–14. https://doi.org/10.61132/ikhlas.v3i1.1702

Ferdian, M. F., & Sirozi, M. (2025). Dampak Ekonomi Neoliberal terhadap Sistem dan Tata Kelola Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Sains*, *6*(1), 80–88. https://doi.org/https://doi.org/10.51673/jips.v6i1.2457

Ghufron, Khusnurridlo, M., Najiburrahman, Baharun, H., & Muchlis, M. N. H. (2023). Islamic Branding: Insights from Strengthening Madrasah Competitiveness in Building Public Trust. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *07*(01), 179–190. https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i1.3943

Hakim, A. L. (2023). Islamic Education as a Meaning to Develop the Concept of Humanism. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *7*(1), 71–80. https://doi.org/10.29313/ga:jpaud.v7i1.12210

Handayani, S., & Ibrahim, R. (2025). Neoliberalisme dan Komersialisasi Pendidikan Tinggi: Ancaman Mobilitas Sosial di Indonesia. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya*, *7*(2), 155–164. https://doi.org/10.31958/istinarah.v7i2.15881

Hidayatulloh, M. S., Supriyatno, T., Marno, & Maharani, T. N. (2024). Innovation Model of Islamic Education Institutions in the Era of Disruption. *Edutec: Journal of Education & Technology*, *7*(2), 577–586. https://doi.org/10.29062/edu.v7i4.827

Hikmat. (2024). Sociological Perspective on Educational Inequality: A Systematic Literature Rview of Social Stratification, Cultural Capital, and Acces to Learning Opportunities. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, *6*(3), 28–42. https://doi.org/10.54783/japp.v6i3.1376

Ichsan, A. S., Sembiring, I. D., & Luthfiah, N. (2020). Pendidikan Islam Menghadapi Tradisi, Transisi, dan Modernisasi. *Fitrah: Journal of Islamic Education*, *1*(1), 107–123. https://doi.org/10.53802/fitrah.v1i1.11

Irwan, Arifin, S., & Humaidi, N. (2024). Transformation of Islamic Education Through Integrated Islamic Schools. *EDUKASI: Jurnal Pendidikan Islam*, *12*(1), 52–66. https://doi.org/10.54956/edukasi.v12i1.547

Isbah, M. F. (2020). Pesantren in the Changing Indonesian Context: History and Current developments. *QIJIS: Qudus International Journal of Islamic Studies*, *8*(1), 65–106. https://doi.org/10.21043/qijis.v8i1.5629

Isbah, M. F., & Sakhiyya, Z. (2023). Pesantren in Contemporary Indonesia: Negotiating Between Equity and the Market. In Z. Sakhiyya & T. Wijaya Mulya (Ed.), *Education in Indonesia* (hal. 137–152). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-1878-2_8

Jamroji, B. (2024). Commercialization of Pesantren: Challenges and Opportunities in Preserving the Authenticity of Islamic Education in Indonesia. *Journal of Education and Religious Studies (JERS)*, *04*(01), 21–29. https://doi.org/10.57060/jers.v4i01.126

Jatmiko, M. I., Wicaksono, H. H., Mekarsari, Y., & Syukron, M. (2025). Maintaining Al-Maun's Spirit Amid the Neoliberalization of Education: A Bourdieusian Analysis of the Muhammadiyah Modern Islamic School in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial*, *24*(1), 29–52. https://doi.org/10.14710/jis.24.1.2025.29-52

Kaulika, S. M. (2023). Urgensi Filantropi Islam untuk Pembiayaan Pendidikan Alternatif bagi Anak-Anak yang Tidak Mampu. *Re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management)*, *6*(1), 58–73. https://doi.org/10.19105/re-jiem.v6i1.8720

Khomsah, L. I., & Yusuf, M. (2025). The Financing Management Paradigm in Developing the Quality of Islamic Educational Institutions. *TATHO: International Journal of Islamic Thought and Sciences*, *2*(2), 116–126. https://doi.org/10.70512/tatho.v2i2.80

Kirana, C., Idi, A., Karoma, & Amin, H. (2025). Madrasah dan Sistem Pendidikan Islam di Era Globalisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(2), 12565–12575.

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=637LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian&ots=x4_is3kasD&sig=sEqAYMSW7p7jgmPE8IpwcAFGfNM&redir_esc=y#v=onepage&q=metode penelitian&f=false

Miles, M. B., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qialitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications. https://books.google.com/books/about/Qualitative_Data_Analysis.html?hl=id&id=p0wXBAAAQBAJ#v=onepage&q&f=false.

Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., & Blanco-González, A. (2020). Reputation and Legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' Sustained Competitive Advantage. *Journal of Business Research*, *112*, 342–353. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076

Musaddad, A. (2023). Transformation of Islamic Boarding Schools as Islamic Education Institutions in Indonesia. *Journal of Islamic Education Research*, *4*(01), 73–82. https://doi.org/10.35719/jier.v4i1.319

Natavia, D. S., Mulawarman, W. G., Yahya, M., & Nurlaili. (2025). The Strategic Role of Teachers and Education Personnel as Marketing Agents for Educational Institutions. *Journal of Educational Management Research*, *04*(02), 724–735. https://doi.org/10.61987/jemr.v4i2.1029

Ni, K. (2024). Inequality in Higher Education and Social Class Reproduction: Based on Bourdieu' s Theory of Cultural Capital. *International Conference on Modern Education, Humanities and Art (MEHA2024)*, *3*, 51–58. https://doi.org/10.62381/ACS.MEHA2024.07

Norsaniyah, S. (2025). Pergeseran Orientasi Pendidikan di Indonesia: dari Pembinaan Akhlak Menuju Pendidikan Berbasis Pasar. *Az-Zaida: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *1*(6), 328–342. https://albaayaninstitute.org/index.php/azzaida/article/view/416

Rahmadani, S., & Alimi, M. Y. (2023). Social and Cultural Capital in Islamic Religious Education: Case Study of Madrasah Diniyah Nurul Huda Sarimulyo Blora. *Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture*, *15*(1), 14–26. https://doi.org/10.15294/komunitas.v15i1.44453

Rahmah, Us, K. A., & Sya'roni. (2024). Kapitalisasi Pendidikan Serta Dampaknya Bagi Pendidikan Islam. *JBPAI: Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, *2*(5), 239–243. https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i5.555

Rani, A. N., Ardiansyah, Nurhakim, & Faridi. (2023). Dynamics of Islamic Educational Institutions In Indonesia: Boarding Schools and Madrasah. *Fikrotuna: Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, *12*(1), 54–73. https://doi.org/10.32806/jf.v12i01.6376

Rifki, A., & Karim, H. A. (2025). Strategies for Utilizing Sources and Types of Financing in Islamic Education Management. *International Conference on Managemen of Islamic Education (ICMIE)*, *2*(1), 208–215. https://doi.org/10.30983/icmie.v2i1.49

Riyadi, S., Darwis, M., Judijanto, L., Nicolas, D. G., & Saefudin, A. (2023). Effective Promotion Strategy of Integrated Islamic Education Institutions in Modern Society. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, *15*(1), 667–676. https://doi.org/10.37680/qalamuna.v15i1.4192

Rizkiyah, R., Istikomah, & Nurdyansyah. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions: Strategi Membangun Branding School dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Proceedings of The ICECRS*, *7*. https://doi.org/10.21070/icecrs2020366

Saifnazarov, I., Mukhtarov, A., Aliyev, B., Kuchkarov, V., & Ernazarov, D. (2025). The Interplay between Sharia Law, Religious Principles, and Social Justice in the Islamic Tradition. *Pharos Journal of Theology*, *106*(3), 1–13.

Shih, Y.-H. (2026). Cultural Reproduction in Teachers' Pedagogical Practices: A Bourdieusian Perspective. *Social Science and Human Research Bulletin*, *03*(01), 28–33. https://doi.org/10.55677/SSHRB/2026-3050-0104

Sigahi, T. F. A. C., & Saltorato, P. (2019). Academic Capitalism: Distinguishing without Disjoining Through Classification Schemes. *Higher Education*, *80*(1), 95–117. https://doi.org/10.1007/s10734-019-00467-4

Siswadi, G. A. (2024). *Sekolah Bukan Mesin Pencetak Manusia Pekerja*. Mafy Media Literasi Indonesia.

Solechah, S., Muflihati, A., Muslim, M. I., & Noorkamilah. (2022). Menyekolahkan Anak di Pesantren: Antara Kepentingan Orang tua dan Anak dalam Perspektif Kesejahteraan Sosial. *WELFARE : Jurnal Imu Kesejahteraan Sosial*, *11*(1), 16–35. https://doi.org/10.14421/welfare.2022.111-02

Stanojević, N. (2024). The Social Capital of the Family as a Source of Educational Inequality. *Sociologija*, *66*(3), 389–406. https://doi.org/10.2298/soc2403389s

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Alfabeta.

Sukhoiri. (2022). Sekolah Islam Terpadu: Reformasi Baru Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian dan Inovasi*, *2*(5), 267–275. https://doi.org/10.59818/jpi.v2i5.246

Tanjung, Y. F., Budianti, Y., & Arsyad, J. (2025). Adaptation of Islamic Boarding Schools to the Changing Times: a Comparative Study of Curriculum Modernization. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, *30*(1), 155–171. https://doi.org/10.19109/td.v30i1.28772

Triani, S., & Khoiri, Q. (2025). Kapitalisasi Pendidikan: Dampak Positif dan Negatif terhadap Pendidikan Islam. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, *5*(2), 463–473. https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v5i2.2138

Tumangday, L. B. (2025). School Choice, Symbolic Capital, and Reputation in Urban Secondary Schools. *Canada International Conference on Education*. https://doi.org/10.20533/CICE.2025.0057

Ulhaq, A., & Ridho, A. R. (2024). The Purpose of Islamic Education in Qur'anic Perspective. *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, *4*(1), 172–187. https://doi.org/10.19109/jsq.v4i1.20652

Uswatiyah, W. (2024). Transformasi Manajemen Pendidikan Islam di Era Globalisasi: Tantangan dan Peluang. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, *23*(3), 1364–1376. https://doi.org/10.17467/mk.v23i3.5714

Verger, A., Fontdevila, C., & Zancajo, A. (2023). The Privatization of Education. Drivers, Social Effects and Regulatory Challenges of Private Sector Participation in Schooling. In R. J. Tierney, F. Rizvi, & K. B. T.-I. E. of E. (Fourth E. Ercikan (Ed.), *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)* (hal. 174–182). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.01030-7

Wafi, M. H., S., M. N., Saputra, M. B., Pohan, M. M., & Hayat, A. P. (2023). Transformation O f The Tahfīdz Tradition In Indonesia: Between Traditional And Contemporary Education. *AJIS: Academic Journal of Islamic Studies*, *8*(1), 123–140. https://doi.org/10.29240/ajis.v8i1.6720

Warta, W., Syam, R. Z. A., & Rahmatullah, T. (2024). School Reputation Management for Institutional Sustainability and Achievement of Excellent Predicate. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, *16*(1), 633–646. https://doi.org/10.37680/qalamuna.v16i1.5037

Wasilah, & Muslimah. (2023). Fenomena Kemunculan Sekolah "Elit" Islam di Indonesia (Analisis Aspek Manfaat dan Mudharat). *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, *11*(1), 141–156. https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.677

Yuan, D. J. S. A. (2024). Ketimpangan Sosial Dalam Bidang Pendidikan dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, *2*(1), 418–427.

Zakaria, N., & Amin, S. (2024). Sekolah Islam Elit di Indonesia: Analisis Dampak Terhadap Mutu dan Akses Pendidikan. *Kasyafa: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *1*(1), 44–57. https://doi.org/10.61166/kasyafa.v1i1.5

Zancajo, A., Fontdevila, C., & Verger, A. (2023). Markets in Education and School Segregation: Paths of Problematization and Reform. In V. Dupriez, J. P. Valenzuela, M. Verhoeven, & J. Corvalán (Ed.), *Educational Markets and Segregation* (hal. 81–101). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36147-0_5

Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan* (3 ed.). Yayasan Obor Indonesia.

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA