

INTISARI

Tesis ini mengkaji fenomena Pasarisasi Pesantren kontemporer di Indonesia melalui studi kasus etnografis di Pondok An-Najah, Yogyakarta. Di tengah transisi menuju rezim pasar-global dan visi “Indonesia 4.0”, serta absennya jaminan negara atas pendidikan tinggi yang terjangkau, Pondok An-Najah hadir menawarkan model pendidikan hibrida: pesantren vokasi gratis yang menjanjikan “keselamatan duniawi” melalui keterampilan teknologi informasi dan akses jaringan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar harga di balik janji mobilitas sosial tersebut dan bagaimana institusi mengelola kerentanan ekonomi para santrinya. Menggunakan pendekatan etnografi kritis yang dikerjakan selama lima bulan, serta berpijak pada kerangka teoretis Pasarisasi Agama dan *Governmentality*, tesis ini mengajukan sintesis konsep “Prekarisasi Saleh”. Konsep ini menjelaskan sebuah mekanisme pemerintahan di mana kondisi kerentanan kerja (*precarity*) dan ketidakpastian masa depan santri tidak dihilangkan, melainkan diinstitusionalisasi, diproduktivitaskan, dan disakralkan melalui narasi teologis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pondok An-Najah beroperasi dengan peran ganda: sebagai lembaga pendidikan sekaligus perusahaan alih daya (*outsourcing*) syariah. Melalui konfigurasi ulang kurikulum *tarbiyah*, disiplin tubuh, dan doktrin “P.A.K.S.A” (*Pray, Attitude, Knowledge, Skill, Action*), santri disubjektivasi menjadi wirausahawan-diri (*entrepreneur of the self*) yang patuh. Konsep tradisional “khidmat” (pengabdian) dimaknai ulang menjadi kerja produktif tanpa jaminan sosial demi keberlangsungan sirkuit kapital institusi (“mesin amal dan mesin duit”). Meski demikian, santri tidak sepenuhnya tunduk; mereka menavigasi kondisi prekaritas ini melalui spektrum agensi yang beragam, mulai dari kepatuhan ambivalen, taktik gerilya ekonomi, hingga resistensi terbuka. Tesis ini menyimpulkan bahwa pada konteks spesifik di Pondok An-Najah, Pasarisasi Pesantren tidak hanya berhasil memproduksi subjek “Muslim *Winner*” (muslim saleh dan mandiri secara finansial), tetapi secara paradoks juga mereproduksi ketimpangan sosial yang dibalut dalam bahasa kesalehan.

Kata Kunci: Pasarisasi Agama, Pesantren, *Governmentality*, Prekarisasi Saleh, Ekonomi Digital, Agensi.

ABSTRACT

This thesis examines the phenomenon of the marketization of contemporary Islamic boarding schools (*pesantren*) in Indonesia through an ethnographic case study at Pondok An-Najah, Yogyakarta. Amidst the transition to a global market regime and the vision of “Indonesia 4.0,” coupled with the state's absence in ensuring affordable higher education, Pondok An-Najah emerges offering a hybrid education model: a free vocational *pesantren* promising “worldly salvation” through IT skills and access to job networks. This study aims to uncover the cost behind this promise of social mobility and how the institution manages the economic vulnerability of its students. Employing a critical ethnographic approach with a five-month fieldwork and grounded in the theoretical frameworks of the marketization of religion and governmentality, this thesis proposes the synthesis of “Pious Precarization”. This concept elucidates a mechanism of governmentality wherein student’s labor precarity and future uncertainty are not eliminated but rather institutionalized, managed, and sanctified through theological narratives. The findings reveal that Pondok An-Najah operates with a dual role: as an educational institution and a Sharia outsourcing company. Through the reconfiguration of the *tarbiyah* curriculum, bodily discipline, and the “P.A.K.S.A” (Pray, Attitude, Knowledge, Skill, Action) doctrine, students are subjectivized into obedient entrepreneurs of the self. The traditional concept of “*khidmat*” (service) is reinterpreted as productive labor without social security to sustain the institution’s capital circuit (“charity machine and money machine”). However, students are not entirely submissive; they navigate this condition of precarity through a diverse spectrum of agency, ranging from ambivalent compliance and economic guerrilla tactics to open resistance. This thesis concludes that the marketization of *pesantren* not only succeeds in producing “Muslim Winner” subjects, but paradoxically reproduces social inequality wrapped in the language of piety.

Keywords: Marketization of Religion, *Pesantren*, Governmentality, Pious Precarization, Digital Economy, Agency.