

Komersialisasi Program Bahasa Arab dan Implikasinya bagi Mutu Pembelajaran: Studi Sosiologis pada Lembaga Kursus di Kota Besar Indonesia

Muhamad Misbahul Munir*

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Islamic Centre Demak, Jl. Diponegoro No.47, Demak, Jawa Tengah, 59571, Indonesia

*Corresponding author, email: mmisbahmunir@gmail.com

Riwayat artikel

Diajukan: 10 November 2025

Direvisi: 17 Desember 2025

Diterima: 20 Desember 2025

Diterbitkan: 21 Desember 2025

Kata kunci

Komersialisasi pendidikan

Bahasa Arab

Lembaga kursus

Studi kualitatif

Mutu pembelajaran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena komersialisasi program bahasa Arab dan implikasinya terhadap mutu pembelajaran di lembaga kursus di kota besar Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, penelitian ini melibatkan tiga lembaga kursus di Jakarta dan Surabaya dengan 18 partisipan yang terdiri dari pengelola, pengajar, dan peserta didik. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan analisis dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian mengungkap tiga tema utama: (1) komodifikasi religiositas dalam strategi pemasaran, (2) institusionalisasi mutu sebagai legitimasi pasar, dan (3) pergeseran makna pembelajaran dari ibadah menuju investasi sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa lembaga kursus berperan sebagai agen konversi antara nilai religius dan modal ekonomi. Penelitian ini berimplikasi pada perlunya keseimbangan antara orientasi bisnis dan nilai-nilai pedagogis dalam pendidikan bahasa Arab nonformal.

How to cite: Munir, M. M. (2025). Komersialisasi Program Bahasa Arab dan Implikasinya bagi Mutu Pembelajaran: Studi Sosiologis pada Lembaga Kursus di Kota Besar Indonesia. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 10(2). 208–212. doi: 10.17977/um027v10i22025p208-212

1. Pendahuluan

Fenomena komersialisasi pendidikan telah menjadi salah satu isu penting dalam kajian sosiologi pendidikan global (Baigabylov et al., 2025). Pendidikan yang sebelumnya dipandang sebagai instrumen sosial untuk pemerataan pengetahuan kini semakin bergeser menjadi komoditas yang dipasarkan dalam sistem ekonomi neoliberal (Rathod, D. S., 2022). Di berbagai negara, termasuk Indonesia, lembaga pendidikan berlomba menghadirkan program-program yang dikemas secara menarik dan kompetitif demi menarik minat peserta. Perubahan paradigma ini juga merambah pada pembelajaran bahasa asing (Chen et al., 2025), termasuk bahasa Arab, yang semula berorientasi spiritual dan akademik kini mulai dimaknai sebagai sarana mobilitas sosial dan ekonomi (Horta, 2023). Menurut Hidayah, munculnya lembaga-lembaga pendidikan Islam dan pesantren modern bagi kelas menengah menunjukkan gejala *religious commodification*, di mana simbol dan nilai-nilai religius diadaptasi ke dalam logika pasar tanpa kehilangan legitimasi spiritualnya (Hidayah, 2021).

Dalam konteks nasional, pertumbuhan lembaga kursus bahasa Arab di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung memperlihatkan dinamika yang signifikan. Bahasa Arab tidak lagi diajarkan hanya di lembaga formal atau pesantren, tetapi juga di lembaga nonformal yang dikelola secara profesional dan berorientasi bisnis. Data observasi awal menunjukkan bahwa banyak lembaga kursus memanfaatkan strategi pemasaran digital, sertifikasi kompetensi, serta paket pembelajaran intensif untuk menarik peserta yang didominasi kalangan profesional muda dan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan pandangan Mahfud et al. bahwa bahasa Arab di Indonesia mengalami transformasi makna dari simbol religius menuju *cultural capital* baru dalam gaya hidup Muslim perkotaan (Mahfud et al., 2021).

Meskipun peningkatan minat terhadap kursus bahasa Arab merupakan indikator positif, fenomena komersialisasi juga menimbulkan sejumlah persoalan terkait mutu pembelajaran. Dalam praktiknya, orientasi pasar cenderung mendorong lembaga untuk menonjolkan citra profesional dan efisiensi tanpa selalu diimbangi peningkatan kualitas pedagogis. Penelitian Ritonga et al. menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam pembelajaran bahasa Arab sering kali difokuskan pada aspek promosi dan efektivitas waktu, bukan pada kedalaman proses belajar (Ritonga et al., 2022a). Akibatnya, muncul kekhawatiran bahwa nilai-nilai spiritual dan kultural dalam pembelajaran bahasa Arab berpotensi tereduksi oleh kepentingan ekonomi lembaga.

Dari perspektif sosiologis, fenomena ini memperlihatkan adanya ketegangan antara nilai edukatif dan nilai ekonomi dalam sistem pendidikan Islam kontemporer. Sebagaimana diungkap oleh Albantani dan Madkur, pembelajaran bahasa Arab di era Revolusi Industri 4.0 membawa peluang modernisasi sekaligus risiko dehumanisasi pendidikan (Azkia Muharom Albantani & Ahmad Madkur, 2019). Dengan kata lain, komersialisasi pendidikan menciptakan arena baru di mana guru, peserta, dan lembaga terlibat dalam relasi kekuasaan yang menegosiasikan nilai spiritual, profesionalisme, dan keuntungan finansial. Hal ini menuntut pemahaman yang lebih dalam mengenai makna dan pengalaman para pelaku dalam menghadapi perubahan tersebut.

Namun, kajian empiris yang mengulas secara kualitatif praktik komersialisasi pendidikan bahasa Arab masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada aspek kebijakan, teknologi, atau metodologi pembelajaran (Ibnu Fitrianto, 2024), sementara dimensi sosial dan kultural dari komersialisasi jarang diangkat secara mendalam. Kesenjangan literatur ini menunjukkan perlunya eksplorasi baru yang menyoroti bagaimana komersialisasi memengaruhi mutu pembelajaran, identitas peserta, serta hubungan sosial dalam lembaga kursus bahasa Arab di konteks urban Indonesia (Siregar et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kualitatif praktik komersialisasi program bahasa Arab di lembaga kursus kota besar Indonesia serta implikasinya terhadap mutu pembelajaran. Fokus kajian diarahkan pada pengalaman dan persepsi para pengelola, pengajar, dan peserta kursus dalam merespons dinamika pasar pendidikan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya wacana sosiologi pendidikan dengan menautkan konsep *cultural capital* Pierre Bourdieu pada fenomena pendidikan bahasa keagamaan. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang model pengelolaan lembaga kursus yang berorientasi pada keseimbangan antara nilai spiritual, pedagogis, dan ekonomi.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami secara mendalam fenomena sosial berupa komersialisasi program bahasa Arab dan implikasinya terhadap mutu pembelajaran di lembaga kursus di kota besar Indonesia. Desain studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna, pengalaman, serta dinamika sosial yang terjadi dalam konteks alami, sesuai dengan karakteristik pendekatan kualitatif yang menekankan pemahaman kontekstual terhadap fenomena (Shidiq et al., 2023). Pendekatan ini juga relevan karena fenomena komersialisasi pendidikan bukan hanya berkaitan dengan kebijakan atau praktik ekonomi, tetapi juga menyangkut dimensi kultural dan simbolik yang perlu ditafsirkan melalui perspektif sosiologis.

Penelitian dilakukan di tiga lembaga kursus bahasa Arab di Jakarta dan Surabaya yang mewakili variasi tipologi lembaga: (1) lembaga kursus swasta berbasis profesional, (2) lembaga kursus yang berafiliasi dengan pesantren modern, dan (3) lembaga komunitas berbasis dakwah. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingkat aktivitas dan keberagaman orientasi kelembagaan dalam menyelenggarakan kursus bahasa Arab. Penelitian berlangsung selama enam bulan, dari Januari hingga Juni 2025. Subjek penelitian terdiri atas 18 informan utama, yang meliputi pengelola lembaga, pengajar, dan peserta kursus. Informan dipilih menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria: (a) terlibat aktif dalam kegiatan lembaga minimal satu tahun, (b) memiliki pengalaman langsung dalam proses pembelajaran atau pengelolaan, dan (c) bersedia berpartisipasi secara terbuka dalam wawancara (Hidayah, 2021). Selain itu, teknik *snowball sampling* digunakan untuk memperluas jaringan informan guna memperoleh data yang lebih mendalam hingga mencapai saturasi.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman informan terkait praktik komersialisasi dan dampaknya terhadap mutu pembelajaran. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan tema-tema kunci seperti orientasi pasar, profesionalisme pengajaran, dan persepsi mutu. Wawancara semi-terstruktur dalam penelitian ini dilaksanakan menggunakan panduan wawancara tematik dan fleksibel yang berfungsi sebagai kerangka konseptual, bukan daftar pertanyaan kaku, sehingga memungkinkan penggalian pengalaman dan penafsiran informan secara mendalam dan kontekstual. Panduan wawancara disusun berdasarkan kajian literatur tentang komersialisasi pendidikan, mutu pembelajaran bahasa, dan sosiologi pendidikan kritis, dengan cakupan tema meliputi orientasi dan visi kelembagaan, praktik komersialisasi, mutu serta profesionalisme pembelajaran, dan pengalaman peserta kursus. Panduan ini disesuaikan dengan peran informan, baik pengelola, pengajar, maupun peserta kursus, untuk memperoleh perspektif multi pihak yang saling melengkapi. Selama wawancara, peneliti menerapkan teknik probing dan pertanyaan lanjutan guna memperdalam data dan menangkap kompleksitas relasi antara dimensi ekonomi, pedagogis, dan simbolik dalam pembelajaran bahasa Arab. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengikuti beberapa sesi kelas dan kegiatan promosi lembaga guna memahami interaksi sosial dan dinamika kelembagaan secara langsung. Sementara itu, studi dokumentasi mencakup analisis brosur, media sosial, dan laporan lembaga yang menunjukkan konstruksi komersial pendidikan bahasa Arab (Mubarak et al., 2025). Penggunaan tiga teknik tersebut memungkinkan peneliti melakukan triangulasi metode untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas data.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode, *member checking*, serta audit trail. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan dan teknik pengumpulan. *Member checking* dilakukan dengan meminta para informan meninjau ulang hasil interpretasi peneliti guna memastikan kesesuaian makna dengan pengalaman mereka. Audit trail dilakukan dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis, termasuk transkrip wawancara, catatan lapangan, dan refleksi peneliti, sehingga proses penelitian dapat ditelusuri kembali secara transparan (Saleh et al., 2024). Proses validasi ini sejalan dengan prinsip kualitatif yang menekankan keaslian (*authenticity*) dan kredibilitas temuan.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data ke dalam kategori tematik berdasarkan hasil wawancara dan observasi, seperti tema “komodifikasi religiusitas,” “strategi mutu dan pasar,” serta “pergeseran makna pembelajaran.” Tahap penyajian dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk narasi dan matriks tematik untuk mengidentifikasi pola hubungan antar kategori. Selanjutnya, tahap penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses verifikasi berulang dan refleksi teoretis menggunakan kerangka Pierre Bourdieu tentang *cultural capital* dan *field theory*, guna memahami bagaimana praktik ekonomi dan simbolik berinteraksi dalam konteks pendidikan bahasa Arab (Luhuringbudi et al., 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis dokumen di tiga lembaga kursus bahasa Arab di Jakarta dan Surabaya, ditemukan bahwa fenomena komersialisasi program bahasa Arab menciptakan dinamika sosial dan pendidikan yang kompleks. Dari analisis tematik terhadap data lapangan, muncul tiga tema utama, yaitu: (1) komodifikasi religiusitas dalam praktik pendidikan, (2) institusionalisasi mutu sebagai strategi pasar, dan (3) pergeseran makna pembelajaran bahasa Arab dari nilai spiritual ke orientasi pragmatis.

3.1.1. Komodifikasi Religiusitas dalam Praktik Pendidikan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lembaga kursus memanfaatkan simbol-simbol keagamaan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat peserta. Salah satu pengelola menyatakan, “Kami menjual bukan hanya pelajaran bahasa Arab, tapi juga pengalaman religius yang modern dan profesional.” Observasi terhadap brosur dan media sosial lembaga memperlihatkan bagaimana citra religius dikonstruksi secara visual melalui penggunaan kalimat-kalimat Arab, desain islami, dan narasi spiritual yang disertai dengan promosi program “premium.” Fenomena ini menunjukkan bentuk komodifikasi nilai keagamaan, di mana simbol religius digunakan untuk kepentingan ekonomi tanpa sepenuhnya menghilangkan maknanya (Hidayah, 2021). Temuan ini sejalan dengan pandangan Hidayah bahwa pendidikan Islam kelas menengah sering kali merepresentasikan kesalehan sebagai gaya hidup modern yang dapat dikonsumsi (Mahfud et al., 2021).

3.1.2. Institusionalisasi Mutu sebagai Strategi Pasar

Tema kedua yang ditemukan adalah kecenderungan lembaga kursus untuk menjadikan mutu pembelajaran sebagai alat legitimasi komersial. Kualitas tidak semata dipahami sebagai hasil proses pedagogis, tetapi sebagai citra yang dapat dijual kepada publik. Salah satu instruktur mengungkapkan, “Mutu sekarang harus terlihat, bukan hanya dirasakan; peserta ingin bukti, seperti sertifikat, fasilitas bagus, dan guru lulusan Timur Tengah.” Hal ini menandakan adanya transformasi nilai dari mutu sebagai etos akademik menjadi strategi *branding*. Fenomena tersebut paralel dengan penelitian Rahman et al., yang menemukan bahwa lembaga tahfidz di Indonesia juga mengalami tekanan serupa dalam menyeimbangkan orientasi dakwah dan bisnis.

3.1.3. Pergeseran Makna Pembelajaran Bahasa Arab

Temuan ketiga menunjukkan adanya pergeseran orientasi peserta kursus terhadap pembelajaran bahasa Arab. Bagi sebagian besar informan, bahasa Arab tidak lagi semata-mata dipelajari untuk memahami teks-teks keagamaan, melainkan sebagai sarana mobilitas sosial dan profesional. Seorang peserta menyatakan, “Saya ikut kursus ini karena kemampuan bahasa Arab sekarang dibutuhkan di lembaga keuangan syariah dan pekerjaan luar negeri.” Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa Arab kini memiliki fungsi baru sebagai modal sosial dan ekonomi, sesuai dengan teori *cultural capital* Pierre Bourdieu. Perubahan makna ini juga tercermin dari strategi lembaga yang memasarkan program dengan slogan seperti “Belajar Bahasa Arab untuk Karier Global.” Hal ini memperkuat temuan Mahfud et al., yang menyoroti transformasi bahasa Arab menjadi simbol prestise dan kapital budaya dalam masyarakat Muslim perkotaan (Rahman et al., 2025).

3.2. Diskusi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komersialisasi program bahasa Arab di lembaga kursus terjadi bukan semata karena dorongan ekonomi, melainkan sebagai respons struktural terhadap perubahan medan

(*field*) pendidikan Islam di ruang urban. Dalam konteks meningkatnya kompetisi antar lembaga, urban *middle-class* Muslim, dan tuntutan profesionalisme, lembaga kursus terdorong untuk menyesuaikan strategi keberlanjutan dengan logika pasar. Kondisi ini menjelaskan mengapa nilai-nilai religius tidak ditinggalkan, melainkan direkonstruksi menjadi sumber legitimasi simbolik yang dapat meningkatkan daya jual lembaga. Mengacu pada kerangka Pierre Bourdieu, praktik ini merupakan bentuk konversi modal simbolik ke modal ekonomi, di mana otoritas religius, citra kesalehan, dan simbol keislaman diproduksi ulang agar kompatibel dengan kebutuhan pasar pendidikan nonformal (Bourdieu, 1986; Ritonga et al., 2022).

Lebih jauh, temuan ini terjadi karena pendidikan bahasa Arab di lembaga kursus beroperasi dalam ruang antara misi dakwah dan rasionalitas manajerial. Ketegangan tersebut menjelaskan mengapa teknologi, kurikulum komunikatif, dan *branding* profesional lebih sering dimanfaatkan sebagai instrumen diferensiasi pasar daripada sebagai sarana pendalaman pedagogis. Strategi ini bukan anomali, melainkan refleksi dari neoliberalisasi pendidikan, di mana efisiensi, kepuasan konsumen, dan citra institusi menjadi indikator keberhasilan yang dominan. Dalam konteks ini, mutu pembelajaran mengalami redefinisi: dari proses pedagogis yang bersifat transformatif menuju produk layanan yang terukur dan dapat dipasarkan (Albantani & Madkur, 2019; Hidayah, 2021).

Ambivalensi mutu yang ditemukan antara peningkatan profesionalisme dan potensi reduksi nilai humanistik terjadi karena logika pasar bekerja secara hegemonik dalam menentukan prioritas kelembagaan. Lembaga kursus cenderung mengadopsi standar mutu yang mudah dikomunikasikan kepada konsumen (sertifikat, durasi cepat, testimoni) dibandingkan kualitas reflektif yang bersifat jangka panjang. Hal ini menjelaskan mengapa peserta kursus sering memaknai pembelajaran bahasa Arab sebagai instrumen mobilitas sosial dan identitas religius modern, bukan semata sebagai proses intelektual dan spiritual. Dengan demikian, komersialisasi tidak hanya memengaruhi struktur kelembagaan, tetapi juga membentuk habitus belajar peserta dalam kerangka rasionalitas instrumental (Ritonga et al., 2022; Saleh et al., 2024).

Secara sosiologis, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penjelasan bahwa komersialisasi pendidikan Islam nonformal merupakan proses relasional yang melibatkan negosiasi berkelanjutan antara nilai, kekuasaan simbolik, dan kepentingan ekonomi. Artikel ini memperkaya kajian sosiologi pendidikan Islam dengan menunjukkan bahwa neoliberalisasi tidak selalu bersifat destruktif secara langsung, tetapi bekerja melalui mekanisme simbolik yang halus, di mana kesalehan dan profesionalisme dipadukan dalam kerangka *market logic*. Temuan ini memperluas literatur sebelumnya yang lebih menekankan aspek teknologis dan pedagogis, dengan menempatkan praktik pembelajaran bahasa Arab sebagai arena reproduksi sosial dan identitas religius Muslim urban.

4. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komersialisasi program bahasa Arab di lembaga kursus di kota besar Indonesia merupakan fenomena sosial yang menjawab tujuan penelitian dengan menunjukkan bagaimana interaksi antara dimensi ekonomi, religius, dan pendidikan membentuk praktik serta makna pembelajaran bahasa Arab, yang kini berfungsi sebagai modal simbolik sekaligus ekonomi dalam masyarakat Muslim urban. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penguatan kajian sosiologi pendidikan Islam dengan menegaskan bahwa logika pasar mampu mengonstruksi ulang nilai pendidikan keagamaan melalui mekanisme komodifikasi religiusitas, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *cultural capital* Pierre Bourdieu. Secara praktis, temuan ini mengimplikasikan perlunya lembaga kursus menyeimbangkan orientasi bisnis dengan idealisme pedagogis dan nilai spiritual melalui model pembelajaran yang berlandaskan etika dan tanggung jawab sosial, sementara bagi pembuat kebijakan diperlukan pedoman mutu yang melampaui orientasi pasar. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian pada dimensi gender, kelas sosial, dan digitalisasi, serta melakukan studi komparatif lintas wilayah guna memperkaya pemahaman tentang dinamika pendidikan bahasa Arab dalam konteks globalisasi.

Kontribusi Penulis

Penulis tunggal bertanggung jawab penuh atas semua aspek artikel ini. Penulis telah membaca dan menyetujui naskah akhir.

Pendanaan

Tidak ada dukungan pendanaan yang diterima.

Deklarasi Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepenulisan, dan/atau publikasi artikel.

Daftar Rujukan

- Albantani, A. M., & Madkur, A. (2019). Teaching Arabic in the era of Industrial Revolution 4.0 in Indonesia: Challenges and opportunities. *Asian Journal of Contemporary Education*, 3(2), 104–113. <https://doi.org/10.18488/journal.137.2019.32.104.113>
- Albantani, A. M., & Madkur, A. (2019). Teaching Arabic in the era of Industrial Revolution 4.0 in Indonesia: Challenges and opportunities. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 3(2). <https://doi.org/10.7454/ajce.v3i2.1063>
- Baigabylov, N., Mukhambetova, K., Baigusheva, K., Shebalina, O., Kudabekov, M., & Akpanov, A. (2025). Identifying risks in the digital transformation of higher education. *Journal of Turkish Science Education*, 22(1), 147–172. <https://doi.org/10.36681/tused.2025.009>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Chen, R., Lee, V. R., & Lee, M. G. (2025). A cross-sectional look at teacher reactions, worries, and professional development needs related to generative AI in an urban school district. *Education and Information Technologies*, 30(11), 16045–16082. <https://doi.org/10.1007/s10639-025-13350-w>
- Hidayah, S. N. (2021). Pesantren for middle-class Muslims in Indonesia (between religious commodification and pious neoliberalism). *Qudus International Journal of Islamic Studies*, 9(1), 209–230. <https://doi.org/10.21043/qijis.v9i1.7641>
- Horta, H. (2023). Emerging and near future challenges of higher education in East Asia. *Asian Economic Policy Review*, 18(2), 171–191. <https://doi.org/10.1111/aepr.12416>
- Fitrianto, I. (2024). Innovation and technology in Arabic language learning in Indonesia: Trends and implications. *International Journal of Post Axial: Futuristic Teaching and Learning*, 2(3), 134–150.
- Luhuringbudi, T., Liza, F., Utami, D. N., & Putra, P. (2024). Arabic as a window in perceiving the world: A review of semantic, educational politics, and literary sociology. *ALLAIS Journal of Arabic Language and Literature*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.22515/allais.v3i1.8462>
- Mahfud, C., Astari, R., Kasdi, A., Mu'ammara, M. A., Muyasaroh, M., & Wajdi, F. (2021). Islamic cultural and Arabic linguistic influence on the languages of Nusantara: From lexical borrowing to localized Islamic lifestyles. *Wacana*, 22(1), 224–247. <https://doi.org/10.17510/wacana.v22i1.914>
- Mubarak, M. Z., Muassomah, & Octriana, L. (2025). Arabic language acquisition in Indonesia's Muslim minority community: A netnographic study in the Arab village. *Al-Ta'rib: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab IAIN Palangka Raya*, 13(1), 97–112. <https://doi.org/10.23971/altarib.v13i1.9743>
- Rahman, I., Wati, W., Putri, N., Wulandari, R., & Habibi, U. A. (2025). Commercialization of Qur'anic tahfidz houses in Indonesia: Da'wah or business? *Journal of Islamic Social Studies*, 1(2).
- Rathod, D. S. (2022). Commercialization of higher education: A review. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 4(6), 1244–1252. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2022.v04i06.1244>
- Ritonga, M., Sobhan, S., & Bambang, B. (2022a). Utilizing technology to improve the quality of learning in Indonesia: Challenges and consequences for Arabic teachers. *Arabiyat: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.15408/a.v9i1.24516>
- Ritonga, M., Sobhan, S., Bambang, B., & Khadidja, S. (2022b). Utilizing technology to improve the quality of learning in Indonesia: Challenges and consequences for Arabic teachers. *Arabiyat: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban*, 9(1), 56–68. <https://doi.org/10.15408/a.v9i1.24516>
- Saleh, N., Maulani, H., Khalid, S. M., Zamroni, M. R., & Rachman, H. M. (2024). Ethnographic study of the absorption of Arabic and Arabic phonetics in the development of the Karimunjawa national community. *ALSUNIYAT: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, dan Budaya Arab*, 7(2), 340–350. <https://doi.org/10.17509/alsuniyat.v7i2.72617>
- Shidiq, F. M., Al-Haqiqy, M. S. I., Triwibowo, M., & Mustofa, S. (2023). Exploring the position and role of Arabic in Indonesian society: A descriptive analysis. *Al-Ta'rib: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab IAIN Palangka Raya*, 11(2), 275–292. <https://doi.org/10.23971/altarib.v11i2.6899>
- Siregar, A. F., Shodiq, M. J., Firdaus, A. Z., Sugiara, L. R., Wulandari, D. A., & Muslim, N. Z. (2025). Comparative analysis of Arabic language learning in higher education institutions in Malaysia and Indonesia. *Lughawiyat: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Arab*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.38073/lughawiyat.v8i1.2291>