

# Dakwah Kesejahteraan Ekonomi Muhammadiyah: Mulai dari Majelis hingga Gerakan Saudagar

Kamis, 06-08-2020

Oleh: A'an Ardianto

Selama ini titik tekan dakwah Islam di Indonesia yang berkembang lebih diorientasikan pada peningkatan aspek spiritual dan sangat sedikit pemberdayaan kesejahteraan. Maka diperlukan adanya kegiatan dakwah yang terpadu, berbasis pada penguatan kapasitas masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan sehingga dakwah Islam menciptakan keseimbangan antara kemakmuran spiritual dan ekonomi.

Tidak seimbang titik tekan konten dakwah untuk kemakmuran spiritual dan ekonomi menimbulkan semangat keislaman yang bersifat parsial. Islam seolah-olah hanya ditampilkan sebagai simbol sehingga menjadi banalisasi, mengakibatkan substansi risalah pencerahan kenabian belum tersentuh. Maka dakwah ala Muhammadiyah menempatkan diri untuk mewujudkan substansi risalah pencerahan, membantu membebaskan, memerdekakan umat Islam dari kejudan dan ketertinggalan.

Sebagai organisasi Islam sosial-kemasyarakatan, Muhammadiyah dalam motif awal berdirinya bukan hanya melakukan pembaharuan, menjaga dan menerbar pancaran sinar pencerahan Islam di Indonesia, bahkan dunia. Melainkan juga memiliki motif "dakwah kesejahteraan" yang berlandaskan nilai-nilai ke-Tuhanan. Seperti halnya tercermin dalam semangat keilmuan, "penolong kesengsaraan umum", pemberdayaan sosial, serta penguatan ekonomi masyarakat/umat.

## Majelis Ekonomi dan Jaringan Saudagar

Muhammadiyah sedang berjalan pada abad kedua, masih dengan komitmen melakukan gerakan pencerahan sebagai persambungan dari gerakan pembaruan yang dilakukan pada abad pertama. Gerakan pencerahan merupakan aktualisasi misi dakwah dan tajdid yang bersifat transformatif, yaitu strategi perubahan dinamis yang menekankan pada proses gerakan yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan masyarakat.

Secara sistematis dan terprogram, Muhammadiyah pada Mukhtamar ke-37 tahun 1968 melangkah lebih jauh dengan menggagas dan merumuskan program Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ). Gerakan ini sebagai kesadaran, komitmen dan usaha Muhammadiyah untuk berdakwah secara langsung menggarap kelompok masyarakat di akar rumput (*grass-root*).

Komposisi keanggotaan Muhammadiyah pada masa awal berdirinya kebanyakan dari kalangan pedagang, termasuk KH. Ahmad Dahlan sebagai pendiri merupakan pedagang batik dari Kampung Kauman, Yogyakarta. Komposisi anggota Muhammadiyah yang kebanyakan bukan berasal dari kalangan profesional atau pegawai, menjadi sumber independensi organisasi dalam mengawal dan meluruskan haluan kehidupan umat yang dibelenggu oleh kolonialisme.

Dalam sektor perdagangan atau secara khusus bidang ekonomi, Muhammadiyah memiliki Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) yang memiliki empat anak kandung untuk mengatur lalu lintas dan urusan perkonomian berbasis keumatan. Anak pertama MEK adalah Baitul Mal wa Tamwil (BTM) yang lahir pada periode 2005-2010, anak pertama ini sebagai lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat martabat dan membela kepentingan kaum fakir miskin.

Anak kedua MEK yang lahir pada periode 2010-2015 diberi nama Fodek PTM singkatan dari Forum Dekan Ekonomi dan Bisnis Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Fodek PTM bertugas menganalisis, membuka wacana, dan membaharui gagasan dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Selanjutnya anak ketiga yang lahir pada periode 2015-2020 adalah Jaringan Saudagar Muhammadiyah (JSM) dan anak keempat adalah *holding company Muhammadiyah* yang bernama PT. MMU (Madina Mentari Utama).

## Tantangan Yang Belum Selesai: Memberantas Kemiskinan

Pada milenium kedua, Muhammadiyah memandang bahwa persoalan sosial keumatan dan masyarakat tidak hanya masalah pendidikan dan kesehatan saja, namun juga masalah kesejahteraan ekonomi. Ketiganya saling berkaitan dan terhubung satu sama lainnya. Sebagaimana diketahui, 40% penduduk Indonesia masih hidup di bawah garis kemiskinan, miskin dan hampir miskin. Sementara itu, kelompok masyarakat kelas menengah pun masih rentan jatuh pada kemiskinan, terutama pada situasi ekonomi yang tidak menentu seperti sekarang ini.

Meskipun secara komposisi, umat Islam di Indonesia adalah mayoritas, namun dalam bidang ekonomi umat Islam masih minoritas. Kesenjangan tersebut telah dan akan terus menimbulkan berbagai persoalan sosial yang serius. Menyadari persoalan tersebut, Muhammadiyah kemudian mencanangkan gerakan di bidang ekonomi sebagai pilar ketiga gerakan dakwah Muhammadiyah pada Mukhtamar ke 47, tahun 2015 di Makassar.

Membangkitkan semangat melalui romantisme masa lalu dengan kesegaran gagasan, JSM diharapkan mampu menghimpun para saudagar dan memberi kontribusi nyata bagi pengembangan roda ekonomi di Indonesia. JSM pada Rapat Kerja Nasional (Rakernas) MEK pada tahun 2016 disepakati bahwa, meskipun secara struktural berada di bawah MEK, namun paguyuban saudagar Muhammadiyah ini bersifat non-formal.

Sebagai kunci independensi Muhammadiyah, sejarah keberadaan pedagang sebagai anggota mayoritas Muhammadiyah di masa awal tidak boleh dinegasikan. Kelas pedagang di Muhammadiyah penting keberadaannya. Mereka turut menjadi kunci sukses daya tahan Muhammadiyah. Para pedagang menjadi jaringan sel Muhammadiyah yang menguatkan batang tubuh gerakan, serta sebagai kepanjangan aksi dakwah Muhammadiyah pada komunitas pedagang.

Inovasi program pemberdayaan pengentasan kemiskinan oleh Muhammadiyah dilakukan lintas majelis dan lembaga. Seperti halnya yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LazisMu) dan Majelis Pemberdayaan Masyarakat (MPM). Program pendayagunaan/penyaluran dana umat dari LazisMu bukan hanya diberikan dalam bentuk karitatif. Melainkan diberikan dalam bentuk pemberdayaan keberlanjutan (*sustainable empowerment*). Inovasi program pemberdayaan LazisMu yang mengembangkan *filantropreneurship*.