

## Model Gerakan Ekonomi Muhammadiyah Pasca Muktamar ke 47

### *Muhammadiyah's Economic Movement Model Post-47th Congress*

Imamul Hakim<sup>1\*</sup>, Muslikhati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ekonomi Syaariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

(\*) Email Korespondensi: [imamulhakimhakim@gmail.com](mailto:imamulhakimhakim@gmail.com)

#### Abstrak

Prestasi Muhammadiyah yang telah dibangun selama satu abad, sesungguhnya memiliki potensi kuat untuk terus terlibat dan survive dalam proses globalisasi ekonomi. Muhammadiyah dapat mengembangkan serta menumbuhkan gerakan ekonomi dengan potensi dari berbagai asset yang dimilikinya sebagai upaya untuk memberikan solusi untuk meningkatkan kemanfaatan yang lebih massif dalam aspek ekonomi. Karena itu, Muhammadiyah mempunyai syarat yang kuat bagi tersedianya instrumen pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji model gerakan ekonomi Muhammadiyah pasca muktamar ke 47 di Makasar pada tahun 2015. Di mana pada muktamar tersebut Muhammadiyah mengusung tiga pilar gerakan, yang salah satunya adalah gerakan ekonomi. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muhammadiyah telah melakukan dua pendekatan yaitu Top Down dan Bottom Up sebagai upaya mencapai cita-cita gerakan ekonomi sebagai pilar ketiga gerakan Muhammadiyah.

**Kata Kunci:** Muhammadiyah, Gerakan Ekonomi, Muktamar Muhammadiyah ke 47, Pemberdayaan Ekonomi

#### Abstract

*Muhammadiyah's achievements, which have been built for a century, actually have a strong potential to be actively involved and survive in the process of economic globalization. Muhammadiyah can develop and grow an economic movement with the potential of its various assets as an effort to provide solutions to increase benefits that are more massive in the economic aspect. Therefore, Muhammadiyah has strong requirements for the availability of economic growth instruments. This study examines the model of Muhammadiyah's economic movement post-47th congress in Makassar in 2015. In that congress, Muhammadiyah brought up three pillars of the movement, one of which was the economic movement. The method used in this study is a qualitative descriptive analysis with a phenomenological approach. The results of the study show that Muhammadiyah has carried out two approaches, namely Top Down and Bottom Up as an effort to achieve the ideals of the economic movement as the third pillar of the Muhammadiyah movement.*

**Keywords:** Muhammad, Economic Movement, 47th Muhammadiyah Congress, Economic Empowerment

#### LATAR BELAKANG

Muhammadiyah sebagai gerakan Islam, mempunyai kewajiban dalam menyampaikan dakwah sebagai wujud dari mengatas-namakan gerakan Islam, karena dakwah merupakan nafas dari agama Islam. Akan tetapi peranan penting Muhammadiyah bukan hanya dalam urusan keagamaan dan dakwah semata, tapi Muhammadiyah harus mampu menempatkan dirinya sebagai gerakan sosial kemasyarakatan sebagai bentuk pengejawantahan pesan-pesan yang ada dalam ajaran Islam.

Muhammadiyah harus mampu mengintegrasikan antara urusan dakwah

dengan urusan sosial kemasyarakatan, antara urusan akherat dengan urusan dunia (urusan spiritual dengan material). Keseimbangan dalam mengkombinasikan antara keduanya akan mampu mentransformasikan pesan ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Hal ini sudah dicontohkan oleh KH. Ahmad Dahlan sebagai seorang juru dakwa dan juga seorang saudagar yang melakukan kegiatan dakwah sambil berdagang dari kota ke kota lainnya untuk membiayai kebutuhan individu beliau dan juga kebutuhan dakwah. Para tokoh pendahulu Muhammadiyah pada masa itu didominasi oleh kalangan pebisnis sehingga basis sosial Muhammadiyah pada

masa awal berdirinya didominasi oleh kalangan pebisnis. Kondisi inilah yang sesungguhnya memberikan peran yang sangat berarti dalam mewujudkan cita-cita teologi al-maun, sehingga Muhammadiyah tumbuh dan besar dalam membangun perubahan sosial dalam member sumbangan pada bangsa dan Negara yang berkemajuan.

Pada era globalisasi ini, Realitas bisnis sebagai kegiatan ekonomi untuk memperkuat finansial sebuah organisasi adalah sebuah keniscayaan. Bagi Muhammadiyah, Sumber pendapatan finansial dari kegiatan bisnis pada hakikatnya merupakan bagian amat penting untuk memperlancar gerakan Muhammadiyah mencapai tujuannya (Hakim, 2018). Menurut Rahardjo, (2000), Muhammadiyah tidak boleh hanya mengimbu tanggung jawa sosial mereka untuk bisa membiayai dakwah dan amal organisasi dalam rangka memberikan pelayanan sosial kepada umat. Namun Muhammadiyah tidak melakukan pembinaan ekonomi kepada anggotanya.

Menurut Alexander R. Arifianto, (2017) pada tahun 2015 Muhammadiyah memiliki cash flow kurang lebih Rp 15 triliun dan Aset tidak Bergeraknya diperkirakan Rp 80 hingga Rp 85 triliun. Dengan asset yang begitu besar dan segala potensi yang dimilikinya, Muhammadiyah harus mampu dan berani menggerakkan aktivitas organisasinya untuk terjun langsung di sector ekonomi melalui investasi, pembangunan industri besar dan pengembangan ekonomi masyarakat yang lebih besar dan lebih luas baik disektor produk maupun jasa, sebagaimana yang sudah dilaksanakan dan berkembang di beberapa Pimpinan Daerah Muhammadiyah dalam bentuk industri ritel seperti SPBU (Hakim & Sarif, 2021; Hakim et al., 2019), dan mini market, jasa keuangan bank dan non bank dan lain-lain.

Persoalan di atas menjadi salah satu fokus Gerakan Muhammadiyah Pada Muktamar Muhammadiyah di Makasar yang ke 47 pada tahun 2015 lalu, Muhammadiyah memiliki tiga pilar gerakan yang dijadikan dasar prioritas gerakan Muhammadiyah , yaitu: bidang Pendidikan, bidang Kesehatan dan bidang Ekonomi .Ekonomi dijadikan pilar ketiga dari Gerakan Dakwah

Muhammadiyah menunjukkan prioritas Muhammadiyah dalam menggarap potensi ekonomi yang dimilikinya sebagai sarana untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat dan persyarikatan.

Gerakan ekonomi Muhammadiyah sebagai pilar ke tiga diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada bangsa dan masyarakat terutama warga Muhammadiyah yang tersebar di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Dengan potensi yang ada, gerakan ekonomi Muhammadiyah diharapkan mampu berkembang secara massif, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi negara dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, termasuk membuka lapangan pekerjaan baru. Karena itu, perlu dilakukan kajian-kajian dan penelitian yang mendalam untuk mengkaji model gerakan ekonomi yang dilaksanakan oleh Muhammadiyah pasca Muktamar ke 47 di Makasar.

Berangkat dari persoalan diatas, penelitian ini berusaha untuk mengkaji tentang gerakan ekonomi yang dilaksanakan oleh Muhammadiyah pasca Muktamar ke 47 di Makasar. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji model Gerakan ekonomi dan pengembangannya yang dilaksanakan oleh Muhammadiyah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Gerakan Ekonomi yang dimaksud dalam kajian ini bukanlah sebuah ideologisasi ekonomi, namun sebuah gerakan yang mengusahakan terwujudnya kesejahteraan masyarakat dengan mengembangkan potensi ekonomi yang ada sehingga mereka mampu menyelesaikan persoalan yang mereka hadapi. Keterlibatan dan kerjasama masyarakat menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan sebuah gerakan. Dalam kontek ini, gerakan ekonomi sangat identic dengan istilah Community Economic Development pada tahun 1990an,

Pembangunan ekonomi masyarakat dipandang sinonim dengan mendorong pertumbuhan pekerjaan, pendapatan dan aktivitas bisnis. Komunitas dipandang sebagai mitra kerja Bersama untuk mempromosikan kepentingan ekspansi ekonomi Bersama. Dalam pendekatan ini, kegiatan bisnis lebih cenderung pada kemitraan dengan bekerja sama melalui

komunitas atau institusi agar dapat berkembang dan mampu bersaing di lingkup pasar yang lebih besar. Mereka menjalankan aktifitas bisnis dibawah payung dan tujuan yang sama untuk menciptakan stabilitas, kemandirian, keberlanjutan, kesetaraan dan menciptakan kualitas hidup yang memadai. Hal ini sesuai dengan tujuan dari pengembangan ekonomi masyarakat itu sendiri, yaitu; meningkatkan solidaritas komunitas, keadilan distributife dan meningkatkan kualitas hidup. Lembaga-lembaga ekonomi harus diorganisir untuk mempromosikan kerjasama daripada kompetisi (yaitu, mereka harus menggabungkan pembangunan sosial dengan pembangunan ekonomi). Semua anggota masyarakat harus diberdayakan untuk berpartisipasi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan proses yang membentuk perekonomian masyarakat (Boothroyd & Davis, 1993). Lebih lanjut Boothroyd, P., & Davis, H. C menjelaskan bahwa dalam pengembangan ekonomi masyarakat membutuhkan peran penting inisiator atau perancang yang mempunyai peran dominan dalam menentukan keberhasilannya. Karena inisiator Pengembangan Ekonomi Masyarakat memiliki peranan penting dalam menciptakan jejaring, fasilitator kemitraan, penyedia informasi tehnologi, pasar dan peluang pembiayaan.

Dalam konteks Muhammadiyah, gerakan ekonomi masyarakat pada dasarnya sudah dimulai semenjak awal berdirinya organisasi tersebut. Pada masa awal berdirinya Muhammadiyah, banyak dari anggota Muhammadiyah yang terdiri dari kaum pedagang yang mendonasikan zakat, infaq, shadaqah, dan waqf untuk pengembangan organisasi. Mereka diantaranya adalah pedagang dari Kotagede, Solo, Pekalongan, dan beberapa kota perdagangan lainnya yang menjadi sumber utama dalam perkembangan organisasi (Baidhawiy, 2015). Sumber financial Muhammadiyah di dapatkan secara mandiri, berkat kontribusi anggotanya secara sukarela, terutama dalam biaya operasional dan amal usaha yang dimilikinya (Baidhawiy, 2015). Sebagaimana yang disampaikan oleh Nakamura, (2012) bahwa aktivitas ekonomi

para kaum pedagang berjalan beriringan dengan kegiatan keagamaan, karena terinspirasi oleh semangat untuk mendapatkan ridlo Tuhan atas kontribusi financial mereka.

Hingga saat ini, Muhammadiyah telah menjadi organisasi sosial keagamaan yang tertua di Indonesia dan telah memiliki banyak amal usaha diberbagai bidang seperti, Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi, Informasi dan lain-lain (Ahmad, 2015). Dan yang paling menonjol dari gerakan Muhammadiyah adalah dibidang pendidikan, sosio-ekonomi, dan pemikiran agama (Jinan, 2011). Hingga kini, Muhammadiyah masih selalu konsisten dalam pengembangan masyarakat melalui pendidikan dan ajaran agama untuk membuat pencerahan dan pemberdayaan, mengingat peran pentingnya pendidikan dalam meningkatkan taraf kehidupan bangsa. Jadi, Muhammadiyah telah menjadi salah satu pencerah dan pemberdayaan bagi martabat bangsa ini (Elhady, 2017).

Akan tetapi, realitas yang perlu difahami adalah walaupun Sejak awal kelahirannya Muhammadiyah telah dikembangkan dengan naluri pedagang oleh para pengurusnya, sedangkan pada periode penerusnya kepemimpinannya banyak didominasi oleh para pegawai pemerintah atau karyawan, sehingga kurang memiliki jiwa atau naluri bisnis, sehingga bisnis-bisnis yang dikembangkan sulit berkembang (Rambe, 2018). Hal ini dapat dilihat di beberapa daerah pengelolaan Amal Usaha Muhammadiyah mengalami pertumbuhan dan kemajuan dengan baik dan memperoleh keuntungan signifikan. Namun terdapat juga yang mandeg bahkan mengalami kebangkrutan yang merugikan persyarikatan. (Abdul Mu'in, 2017). Njoto-Feillard, (2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa memang terdapat aneka kesulitan etis muncul disaat organisasi social keagamaan berorientasi pada usaha-usaha profit.

Menurut Njoto-Feillard, (2014) Prakarsa gerakan ekonomi melalui organisasi modernis dalam wujud lembaga kewirausahaan dalam kenyataannya tidak dapat bertahan lama, seperti yang diharapkan. Terdapat beberapa kesulitan permasalahan antara lain; persaingan, factor

makro ekonomi dan manajemen internal. Namun Njoto-Feillard, (2014) menegaskan bahwa hal ini, tidak berlaku bagi Muhammadiyah yang menjadi pelopor transformasi social keagamaan di Indonesia. Muhammadiyah telah memenuhi kebutuhan material dan spiritual masyarakat Indonesia melalui sekolah-sekolah, rumah sakit, universitas dan panti asuhan. Dan kini, masalah kewirausahaan menjadi masalah penting yang menjadi bahan perdebatan di Muhammadiyah. Menurut Baidhawiy, (2015) Muhammadiyah melalui lembaga filantropis keagamaan menghimpun dan mengelola zakat, sadaqah, infāq, waqf, dan hibah, yang dikelola secara transparan dan akuntabel dalam program jangka pendek dan juga jangka panjang. Selain itu, Muhammadiyah juga aktif mengadvokasi kepentingan kaum fakir dan miskin, yang telah menjadi korban penindasan struktural. Semua ini, didasarkan pada semangat teologi al-mā'ūn. Muhammadiyah juga selalu berpartisipasi dalam membangun amal usaha yang berkelanjutan.

Dalam perkembangannya Muhammadiyah memiliki peran dalam modernisasi dengan memberikan solusi dari dampak perkembangan industrialisasi dan teknologi. Dalam konteks perubahan social, tampak bahwa modernisasi mempengaruhi perubahan umat Islam, namun kearah perubahan social yang lebih baik (Rahman, 2017). Transformasi relegius yang terjadi pada tiga generasi persyarikatan menunjukkan keabsahan teori yang mengatakan bahwa kehidupan beragama bersifat dinamis, dialektis dan adaptif terhadap lingkungan dan perkembangan sosial ekonomi (Radjasa, 2016). Alexander R. Arifianto, (2017) mengutip pernyataan Haedar Nashir (Pimpinan Pusat Muhammadiyah) berpendapat bahwa Islam tidak hanya menyeru manusia untuk menyembah Tuhan akan tetapi juga untuk bisa mengelola urusannya sendiri. Islam mengajarkan kepada Manusia untuk menjadi aktor yang proaktif dalam mempromosikan berbagai gerakan perubahan sosio-ekonomi. Manusia tidak akan dapat merubah kondisi sosial ekonominya kecuali perubahan tersebut dimulai dari usaha mereka sendiri. Oleh karena itu, Menurut Radjasa, (2016) bahwa

yang perlu difahami adalah organisasi sosial keagamaan yang tidak mampu beradaptasi terhadap perubahan sosial dan ekonomi masyarakat, pada akhirnya akan diabaikan oleh masyarakat dan anggotanya.

Dalam hubungan antara kehidupan beragama dan kehidupan ekonomi. Sebenarnya Muhammadiyah telah terbukti memiliki peran penting dalam mentransformasikan agama dengan realitas ekonomi masyarakat, sebagaimana dalam hasil penelitian Radjasa, (2016) yang meneliti tentang respon Muhammadiyah terhadap hubungan kehidupan beragama dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia di bidang kepariwisataan yang difokuskan di komunitas Muslim di Borobudur mendapati bahwa terdapat Korelasi dialektik antara kehidupan beragama dengan pertumbuhan ekonomi di kawasan pariwisata, yang menghasilkan transformasi bisnis pariwisata dengan nuansa religius, yang pada saat yang sama mampu menciptakan kegiatan keagamaan yang bernuansa ekonomi, secara bersamaan.

Dalam penelitian Baidhawiy, (2015b) mendapati bahwa salah satu dari cita-cita social Muhammadiyah dalam mewujudkan "masyarakat Islam yang sebenar-benarnya" adalah di bidang ekonomi, Muhammadiyah telah berusaha untuk membangun keadilan, kesejahteraan, dan kemandirian ekonomi melalui pengembangan gerakan filantropi; dalam merepresentasikan diri sebagai artikulator dan advokator demi kepentingan masyarakat miskin; dan membangun kegiatan bisnis yang sehat untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Sementara itu, menurut Hamid, (2017) diberbagai daerah Anggota Muhammadiyah bersaing dalam upaya mengelola kesejahteraan social dengan mendirikan rumah perlindungan social seperti panti asuhan untuk fakir miskin/anak yatim dan juga panti social untuk orang tua terlantar. Hanya saja dalam hal manajemen masih belum maju, disebabkan kurangnya sumber daya pekerja social dengan disiplin keilmuan di bidang kesejahteraan social. (Hamid, 2017)

Dalam bidang pengembangan ekonomi umat, menurut Haedar Nashir yang dikutip oleh Alexander R. Arifianto, (2017) Muhammadiyah mempunyai komitmen yang

kuat dalam melaksanakan visi untuk memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi umat Islam Indonesia. Upaya peningkatan kesejahteraan dan pembangunan sosial adalah merupakan tujuan utama Muhammadiyah sejak didirikan pada tahun 1912. Walaupun, menurut Setyawan, (2013) pada awal mulanya, Muhammadiyah hanya bergerak dibidang socio-religious, terus mengalami perkembangan untuk memberikan pemahaman yang progresif dan juga berperan langsung dalam kemajuan umat Islam di Indonesia. Dengan Tajdid dan Ijtihad, Muhammadiyah telah memiliki role model dalam menumbuhkan praktek bisnis di bawah wewenang Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) dalam merencanakan pengembangan dan pendirian Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Karena pada dasarnya Muhammadiyah telah memiliki sumber daya yang semestinya tidak hanya bergerak dibidang pendidikan dan social keagamaan saja, tapi juga dalam bidang bisnis (Setyawan, 2013).

#### METODE PENELITIAN

Fokus penelitian ini adalah model gerakan ekonomi yang dilaksanakan oleh Muhammadiyah pasca Muktamar ke 47 di Makasar. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan lebih menekankan pada kekuatan analisis sumber-sumber dan data-data yang ada. Pendekatan ini mengandalkan teori-teori dan konsep-konsep yang ada untuk diinterpretasikan berdasarkan temuan-temuan dari fenomena dilapangan tentang model Gerakan ekonomi Muhammadiyah pasca Muktamar ke 47. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologis. Dengan berusaha untuk mengeksplor fenomena-fenomena serta fakta-fakta yang ada yang berasal dari sumber penelitian, yang akan diamati, dicatat, didokumentasikan, dan dideskripsikan kemudian dikaji untuk menemukan makna temuan penelitian yang diperoleh. Data penelitian ini diperoleh dari sumber skunder yang diperoleh melalui sumber pustaka baik berupa buku, jurnal, majalah, Koran, dokumen dan lain-lain yang terkait dengan kegiatan Ekonomi Muhammadiyah setelah

Muktamar Muhammadiyah yang dilaksanakan di Makasar pada tahun 2015.

#### PEMBAHASAN

Semenjak diploklamirkan pada muktamar ke 47 sebagai bagian dari pilar gerakan persyarikatan dalam menjalankan misi dakwahnya. Muhammadiyah mengambil Langkah-langkah strategis dalam mewujudkan cita-citanya di bidang ekonomi. Gerakan ekonomi Muhammadiyah diamanahkan kepada Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) dengan tiga sasaran utama, yaitu: *pertama*, memajukan ekonomi persyarikatan, yaitu menjadikan Muhammadiyah sebagai salah satu kekuatan ekonomi baru yang ada di Indonesia melalui pendirian dan pengembangan amal usaha yang berorientasi kegiatan bisnis. *Kedua*, memberdayakan ekonomi anggota (warga) persyarikatan dengan mendorong, membimbing, dan memberdayakan ekonomi warga Persyarikatan sehingga dapat tumbuh dan berkembang. *Ketiga*, memajukan ekonomi masyarakat (bangsa) dan negara dengan sinergitas terhadap semua kelompok masyarakat dalam usaha membangun kesejahteraan bersama dan kemandirian ekonomi bangsa dan negara (Nasri, 2021). Hal ini sesuai dengan Visi MEK yaitu, terciptanya kehidupan sosial ekonomi umat yang berkualitas sebagai benteng atas problem kemiskinan, keterbelakangan dan kebodohan pada masyarakat bawah.

Secara umum, Langkah gerakan ekonomi yang dilaksanakan Muhammadiyah melalui dua pendekatan, yaitu Top Down dan bottom up. Pendekatan ini diambil atas pertimbangan bahwa secara konseptual gerakan ekonomi ini harus digerakan dari atas ke bawah (*top down*), sedangkan secara praktikal (implementatif) gerakan ekonomi ini harus tumbuh dari bawah ke atas (*bottom up*). Dua pendekatan ini dibutuhkan sebagai langkah untuk mendukung dan mewujudkan tercapainya cita-cita pilar keriga gerakan Muhammadiyah.

#### Top Down

Pendekatan Top Down adalah kebutuhan secara konseptual, kebijakan dari atas ke bawah dalam rangka koordinatif melakukan pembinaan, pendampingan dan

pemberdayaan ekonomi warga Muhammadiyah dengan melakukan kerja sama dalam seluruh kegiatan ekonomi secara bersama dibawah koordinasi dan kendali perserikatan Muhammadiyah dalam meningkatkan kesejahteraan warganya. Selain itu, secara struktural Muhammadiyah juga harus mampu menjadi mediator kerja sama dalam bidang bisnis antar intitusi dengan intitusi, antar institusi dengan warganya dan juga antara warga Muhammadiyah. Dan yang paling terpenting adalah Muhammadiyah harus mampu mengoptimalkan pasar yang dimilikinya sendiri.

Muhammadiyah sebagai salah satu komponen kekuatan social bangsa mengambil sikap dan melakukan aksi yang mampu menyumbangkan andil pada upaya-upaya pemulihan ekonomi bangsa, reponsif terhadap kemajuan tehnologi informasi, dan melakukan langkah-langkah antisipatif dalam menghadapi konsekwensi era perdagangan bebas. Karena itu dalam merespon hal tersebut Muhammadiyah mengamanahkan tugas dalam Pengembangan ekonomi organisasi dan ekonomi masyarakat kepada Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan untuk merumuskan dan menjalankan program kerja dalam mewujudkan cita-cita pilar ketiga gerakan Muhammadiyah. Namun dalam hal ini MEK tidak bekerja sendiri namun juga didukung oleh semua organisasi otonom Muhammadiyah, terutamanya Aisyiyah baik dari tingkat pusat hingga tingkat ranting.

Muhammadiyah secara structural menjalankan perannya dalam upaya untuk meningkatkan kemampuan dan bisnis anggota dan institusi, menciptakan pasar untuk anggota Muhammadiyah dan masyarakat umum, meningkatkan kemampuan untuk memasuki pasar, serta meningkatkan fleksibilitas untuk menghadapi perubahan lingkungan, menjadi mediator kerjasama antar unit usaha warga Muhammadiyah. Hal ini terlihat dari usaha Muhammadiyah dalam membangun usaha kalangan menengah ke bawah dalam wujud dalam wujud bisnis ritel dan swalayan yaitu TokoMU dan Log-Mart (Bulog Muhammadiyah Mart) yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat. Dimana produk-produk yang di pasarkan adalah

semua berasal dari produk warga Muhammadiyah (republika, Rabu 27 Juni 2018). Selain itu, Bisnis ini adalah bisnis berjejaring dari dari atas hingga ke tingkat bawah sebagai konsolidasi hilir untuk memutus mata rantai distributor besar (Deny Asy'ari, Parahyangan Pos, 28 Februari 2021). Muhammdiyah menargetkan bahwa program ini terealisasi hingga ke seluruh pelosok negeri dengan program SARAN SATOKO yaitu satu ranting satu toko. Bisnis ritel ini ditargetkan dapat memunculkan, memanfaatkan dan masarkan keunggulan produk dari masing-masing daerah.

Selain membangun Bisnis Ritel, dalam konsep Top Down, Muhammadiyah juga membuat Jaringan Saudagar Muhammadiyah sebagai salah satu dari amanah muktamar ke 47 di Makasar. JSM dibentuk pada Desember 2015 dengan harapan sebagai lembaga yang menghimpun pebisnis, pedagang dan pengusaha di kalangan Muhammadiyah sehingga dapat tercipta saling kolaborasi usaha sesama pebisnis, saling berbagi sukses story, berbagi informasi dan lain-lain. Selain itu, JSM memiliki peran utama sebagai sarana komunikasi para saudagar Muhammadiyah memikirkan, merancang dan mengaktualisasikan visi dan misis gerakan ekonomi Muhammadiyah dalam meningkatkan perekonomian bangsa.

Dengan model-model Jaringan Ekonomi seperti di atas diharapkan dapat memberi sumbangsi dalam membangun dan menata ekonomi Bangsa dengan melahirkan usaha-usaha baru, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan produktifitas masyarakat, dan memperkuat strktur ekonomi masyarakat. Selain itu juda dapat mendatangkan perubahan pada iklim usaha yang ada lingkungan Persyarikatan, amal usaha dan Lembaga bisnis lebih mudah dalam menuai hasil, lebih cepat dalam berinteraksi, dan manfaatnya bisa berantai sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi Pengembangan usaha dan tentunya terciptanya lapangan kerja.

Selain hal di atas yang sudah dilaksanakan oleh Muhammadiyah, terdapat beberapa hal yang perlu juga dipertimbangkan untuk segera dilaksanakan

yaitu membangun jejaring Lembaga-lembaga bisnis yang sudah ada di lingkungan Muhammadiyah maupun warga Muhammadiyah. Menurut Afghon Andjasmoro: (2009; 131) saat ini banyak usaha-usaha baik yang bergerak di sector keuangan maupun sector riil yang dimiliki oleh Persyarikatan maupun yang dimiliki anggota Muhammadiyah atau kepemilikan bersama antara anggota Muhammadiyah dan Muhammadiyah. Karena itu, untuk merangkai satuan Lembaga-lembaga tersebut agar menjadi satu kekuatan ekonomi yang lebih besar, maka perlu didirikan sebuah pusat pengembangan dan jaringan ekonomi antar satuan Lembaga-lembaga bisnis tersebut. Badan usaha sebagai pusat pengendali jaringan ekonomi, lokasinya bisa berada ditingkat pusat dan juga ditingkat wilayah. Selain itu, menurut Haerisma, (2015) dan Asnifati, (2009) perlu juga dilakukan penggalangan jejaring dan kerjasama dengan pemerintah. Pembangunan sistem jaringan distribusi diperlukan sebagai sarana kemudahan dalam penguatan gerakan ekonomi.

### Bottom Up

Pendekatan Bottom Up lebih pada kerangka implementatif, dimana gerakan ekonomi berbasis organisasi sosial kegamaan perlu tumbuh dari bawah ke atas. Kita dapat memahami dan mengambil pelajaran dari konsep keberhasilan dan kegagalan Muhammadiyah itu sendiri. Kegagalan mendirikan Bank Muhammadiyah adalah salah satu pelajaran bagi kita semua bahwa semua jenis usaha perlu kita mulai dan kita bangun dari titik "0" sehingga kita bisa menganalisis juga belajar dari berbagai permasalahan yang timbul dikemudian hari. Di lain pihak kita dapat belajar dari keberhasilan Muhammadiyah dalam mendirikan puluhan ribu amal usahanya yang hampir semua secara structural dimulai dari bawah baik itu ditingkat ranting, cabang maupun daerah.

Keadaan yang dapat kita amati saat ini, bahwa realitas kegiatan ekonomi Muhammadiyah memang lebih banyak dan tumbuh pada tingkatan ranting, cabang dan Daerah (kabupaten). Dari sinilah, sehingga Muhammadiyah melakukan usaha

penumbuhan ekonomi dari tingkat bawah melalui pemberdayaan ekonomi organisasi dan ekonomi masyarakat. Dalam hal ini, Muhammadiyah melaksanakan pemberdayaan melalui empat jalur secara parallel yaitu, *pertama*, melakukan pembinaan, pendampingan dan perluasan jaringan pelaku usaha warga Muhammadiyah di daerah dengan mengadakan kegiatan temu bisnis, pelatihan dan pendampingan kelompok usaha kecil menengah. *Kedua*, menumbuhkan dan mengembangkan aktifitas ekonomi melalui lembaga bisnis dan amal usaha yang ada. *Ketiga*, membentuk dan melakukan pengutan Badan Usaha Milik Muhammadiyah (BUMM), *keempat*, memberikan kesempatan kepada semua warga Muhammadiyah untuk turut serta berinvestasi dengan pembelian saham di badan usaha yang berbentuk PT. maupun CV. (Asnifati, 2009)

Dari usaha ini, memunculkan dan menumbuhkan serta menguatkan banyak berbagai jenis kegiatan bisnis baik dari sector keuangan maupun sector riil, dari sector keuangan selain yang sudah ada sebelumnya, banyak juga BPRS dan BMT dan juga koperasi yang bermunculan di daerah-daerah, selain itu dari sector riil juga banyak usaha baik barang maupun jasa yang juga muncul di ranting-ranting cabang hingga daerah, seperti usaha SPBU, air kemasan, alat-alat kantor dan seragam dan banyak lagi sesuai dengan keragaman masing-masing daerah. Contoh terbaru dari sector industry adalah munculnya produk Mie Mu yang di produksi oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Surakarta, yang peluncurannya dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2022 oleh Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan PDM Surakarta.

Selain itu, sebagai upaya penumbuhan dan penguatan ekonomi di tingkat akar rumput, Muhammadiyah memiliki program Pengembangan ekonomi Ranting Muhammadiyah. Muhammadiyah menganggap bahwa anggota ranting sebagai sebuah kekuatan pelaku gerakan Muhammadiyah, sehingga perlu dikuatkan dan diberdayakan. Muhammadiyah menganggap bahwa Anggota yang ada di Ranting secara kolektif harus menjadi *role-model* atau uswah hasanah dari karakter

masyarakat utama atau masyarakat yang sebenar-benarnya (*civil society*). Masyarakat yang memiliki ciri-ciri pokok berketuhanan, berpersaudaraan, berakhlak. Dengan karakter utama, warga Muhammadiyah akan menjadi pilar penting dan strategis dari kekuatan masyarakat madaniyah (*civil society*). Karena itu, gerakan pemberdayaan Ranting lebih khusus pembinaan dan pemberdayaan anggota menjadi keharusan dan merupakan tanggung jawab yang utama bagi pimpinan Ranting serta seluruh tingkatan pimpinan Muhammadiyah.

Dalam Pengembangan ekonomi ranting, Muhammadiyah memberikan panduan dalam melaksanakan program Pengembangan ekonomi anggota Muhammadiyah yang di implementasikan dari waktu ke waktu dalam rangka untuk memfasilitasi dan juga mendinamisasi usaha di tingkat bawah. Hal ini tertuang dalam buku panduan "Pengembangan Ekonomi Anggota Ranting Muhammadiyah", yang menjelaskan secara umum langkah-langkah yang harus dilaksanakan oleh persyarikatan dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi di tingkat ranting, yaitu: *pertama*, memberikan bimbingan, pembinaan serta arahan kepada anggota ranting untuk dapat memulai usaha melalui pemberian pelatihan, keterampilan serta praktek usaha. *kedua*, menjadi fasilitator aktifitas bisnis melalui pemberian pemahaman dan pengalaman cara memulai bisnis hingga membantu mencari akses pembiayaan. *Ketiga*, menjadi dinamisator, pimpinan ranting berperan dalam memberikan motivasi agar para wirausahawan yang memulai kegiatan bisnis tetap memiliki semangat dan kemauan yang tinggi dengan mendatangkan wirausahawan yang sudah sukses untuk memberikan success story. *Keempat*, menghimpung pengusaha dan usaha-usaha kecil yang ada di lingkungan wilayah ranting agar menjadi kesatuan yang saling menguatkan dan saling membutuhkan.

Dilain pihak dalam rangka usaha memajukan amal usaha dan Pemberdayaan ekonomi masyarakat, Muhammadiyah juga melibatkan semua organisasi otonom terutama 'Aisyiyah. 'Aisyiyah sebagai organisasi perempuan dalam Persyarikatan Muhammadiyah. 'Aisyiyah berperan dalam

meningkatkan kemajuan lembaga-lembaga bisnis dan amal usaha Muhammadiyah melalui berbagai kegiatan positif yang antara lain melalui Pemberdayaan Potensi Ekonomi di tingkat daerah, cabang dan ranting melalui pemberdayaan potensi ekonomi lingkungan dengan memanfaatkan kelebihan serta peluang ekonomi yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan potensi ekonomi dapat dilaksanakan melalui pemanfaatan peluang usaha dan memberikan pelatihan membuka usaha. Kegiatan pemberdayaan potensi ekonomi yang dilaksanakan 'Aisyiyah sebagai usaha untuk meningkatkan kemandirian dan kemajuan Amal Usaha Muhammadiyah..(Fatimah, 2018).

Dalam hal ini Aisyiyah memiliki program unggulan dalam memberdayakan ekonomi masyarakat, yaitu Badan Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA). Program ini untuk pemberdayaan ekonomi keluarga ibu-ibu anggota Aisyiyah dengan tujuan agar setiap anggota Aisyiyah memiliki usaha mandiri, baik itu yang berbetuk home industry maupun bisnis ritel. Program ini biasanya dikemas dalam bentuk kegiatan terintegratif seperti program Qaryah Thayyibah (QT) yang diimplementasikan di desa Pontoro Bantul Daerah Istimewah Yogyakarta (DIY), merupakan program aisyiah yang sudah dapat menjadi role model sehingga dapat dijadikan percontohan bagi beberapa daerah yang lain. Selain itu, program BUEKA ini kebanyakan dikemas dengan wujud mendirikan koperasi sebagai wadah untuk mengakomodir kegiatan dan produk-produk yang dihasilkan.

## KESIMPULAN & SARAN

Pasca muktama Muhammadiyah ke 47 di Makasar pada tahun 2015, Muhammadiyah beserta seluruh organisasi otonom, amal usaha dan BUMM bau membahu untuk menggerakkan seluruh komponen yang ada dalam usaha untuk merealisasikan gerakan ekonomi sebagai pilar ketiga gerakan Muhammadiyah. Melalui dua pendekatan yaitu Top Down dan Bottom Up Muhammadiyah berusaha memacu untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Muhammadiyah melalui pendekatan Top Down memerankan diri sebagai



mediator, fasilitator dan koordinator dalam gerakan ekonomi secara makro, seperti membentuk jaringan saudagar Muhammadiyah dan jaringan kerja sama dalam bisnis ritel dan lain-lain. Sedangkan gerakan Bottom Up diupayakan, selain melalui pemberdayaan ekonomi ranting, juga melalui mendirikan usaha-usaha skala kecil dan menengah dari tingkat ranting hingga daerah, baik dalam sector keuangan maupun sector riil atau industri.

Namun disisi lain, implementasi Gerakan Ekonomi Muhammadiyah masih cenderung bersifat parsial dengan tumbuh dan berkembang secara mandiri dan belum terkelola dan terkoordinasikan dengan baik secara terstruktur. Oleh karena itu, perlu adanya banyak kajian dan penelitian lapangan tentang implementasi gerakan ekonomi Muhammadiyah, agar dapat menemukan model-model implementasi yang lain, untuk dijadikan role model baik bagi Pimpinan Daerah Muhammadiyah yang lain maupun organisasi sosial keagamaan lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mu'in, J. (2017). Metode Islam Berkemajuan dalam Meningkatkan Produktivitas Amal Usaha Muhammadiyah. *Sinar Sang Surya*, 11(1), 49–60.
- Ahmad, G. (2015). Syariah Model Policy Cross Sectional Resources Management Muhammadiyah Charity Business in Developing Business. *European Journal of Business and Management*, 7(35), 189–195.
- Alexander R. Arifianto. (2017). Islam with progress : Muhammadiyah and moderation in Islam. In *RSIS Commentaries* (No. 213). <http://hdl.handle.net/10220/44024>
- Rights
- Asnifati, N. (2009). Pemberdayaan Ekonomi” dalam Najib Hamid. In N. Hamid (Ed.), *Memberi dan Mencerahkan* (pp. 135–141). Hikmah Press.
- Baidhaw, Z. (2015). The Muhammadiyah's Promotion of Moderation. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 32(3), 69–91.
- Boothroyd, P., & Davis, H. C. (1993). Community economic development: Three approaches. *Journal of Planning Education and Research*, 12(3), 230–240.
- Elhady, A. (2017). Islamic Reform Movement In Indonesia : Role Of Muhammadiyah In Social Empowerment. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(8), 340–350. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i8/3234>
- Fatimah, F. (2018). Meningkatkan Kemampuan Anggota 'Aisyiyah Dalam Pemberdayaan Potensi Ekonomi Daerah Untuk Meningkatkan Kemandirian Diri Dan Kemajuan Amal Usaha Muhammadiyah Di Balung Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 4(1), 65–76.
- Haerisma, A. S. (2015). Pola Pemberdayaan Ekonomi Umat di Organisasi Masyarakat Muhammadiyah Kota Cirebon. *Al Amwal*, 7(2), 120–131.
- Hakim, I. (2018). Muhammadiyah ' s Framework on The Community Economic Empowerment. *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 106–118.
- Hakim, I., & Sarif, M. (2021). The Role of Productive Waqf in Community Economic Empowerment: A Case Study of Muhammadiyah Regional Board of Lumajang, East Java, Indonesia. *Journal of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, 34(2), 41–54. <https://doi.org/10.4197/Islec.34-2.3>
- Hakim, I., Sulistianingati, A., & Syarif, M. (2019). Model of Community Economic Development Through Business Partnership Based on Religious and Social Organization; Study at Syirkah Amanah Gas Station, Muhammadiyah Regional Leader of Lumajang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 55–72.
- Hamid, A. (2017). Muhammadiyah and da'wah in social welfare. *Toward Community, Environmental, and Sustainable Development*, 6(6), 493–499.
- Jinan, M. (2011). Dinamika Pembaruan Muhammadiyah: Tinjauan Pemikiran Keagamaan. *Tajdid*, 9(1), 1–16.
- Nakamura, M. (2012). *The Crescent Arises*

- over the Banyan Tree: A Study of the Muhammadiyah Movement in a Central Javanese Town c. 1910-2010*. ISEAS.
- Nasri, I. (2021). Majelis Ekonomi. *Suara Muhammadiyah Edisi Ke 03*, 19.
- Njoto-Feillard, G. (2014). Financing Muhammadiyah: ? Early Economic Endeavours of a Muslim Modernist Mass Organization in Indonesia (1920s-1960s). *STUDIA ISLAMIKA*, 21(1), 1–46.
- Radjasa. (2016). Moslem Community in Borobudur Central Java Respose of Muhammadiyah Community to Economic Change from Agriculture to Tourism. *International Journal of Education and Social Science*, 3(12), 51–58.
- Rahardjo, D. (2000). Format dan Strategi Pengembangan Ekonomi Muhammadiyah dalam melenium ke tiga. In *Meretas jalan baru ekonomi Muhammadiyah* (pp. 117–135). Tiara Wacana.
- Rahman, H. (2017). Peran Organisasi Keagamaan Muhammadiyah Dalam Modernisasi Ekonomi Masyarakat Islam Di Kota Pekanbaru (Tahun 2017). *JOM FISIP*, 4(2), 1–15.
- Rambe, R. (2018). Gerakan Ekonomi Islam Pada Era Pra Kemerdekaan. *At-Tawassuth*, 3(1), 529–553.
- Setyawan, D. (2013). Analisis Hubungan Ijtihad Dan Tajdid Pemikiran Ekonomi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi kasus Pada Amal Usaha Organisasi Masyarakat Muhammadiyah). *Jurnal EKONOMI ISLAM*, 2(1), 105–134.