



Muhammadiyah Transformasi Dukungan Dakwah Dari Pengusaha Individu ke Kelembagaan Ekonomi

Updates. - MUH.SCH.ID

Jan 31, 2026 - 15:18



Ketua Umum Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah, Haedar Nashir

YOGYAKARTA - Transformasi signifikan tengah terjadi dalam pilar penyokong gerakan dakwah Muhammadiyah. Jika dulu kekuatan finansialnya banyak bertumpu pada kedermawanan pengusaha perorangan, kini semangat kewirausahaan Muhammadiyah telah dilembagakan demi kokohnya fondasi gerakan.

Hal ini diungkapkan langsung oleh Ketua Umum Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah, Haedar Nashir, pada Jumat (30/1) saat perhelatan Milad ke-10 dan Kick Off Pembangunan Gedung Kantor PT. MPN di Kota Yogyakarta. Ia menuturkan bahwa kemandirian Muhammadiyah sejak awal berdiri tak lepas dari dukungan para pengusaha, yang mayoritas adalah pelaku usaha batik.

“Kemandirian Muhammadiyah sejak awal, ungkap Haedar, karena pilar-pilar gerakannya ditopang oleh para pengusaha – yang dalam hal ini didominasi oleh orang-orang muslim pengusaha batik,” jelasnya.

Jejak perkembangan Muhammadiyah di berbagai daerah pun kerap memiliki keterkaitan erat dengan para pengusaha batik yang tergabung dalam Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI), yang didirikan pada 18 September 1948 di Yogyakarta. Meski di era Orde Baru banyak pengusaha muslim yang berguguran akibat ganasnya persaingan pasar global yang mulai merambah Indonesia, semangat juang mereka tak pernah padam.

Berbeda dengan gerakan pendidikan, sosial, dan kesehatan yang sejak awal sudah terlembaga dan semakin solid dalam wadah Amal Usaha Muhammadiyah (AUM), pola gerakan ekonomi Muhammadiyah mengalami evolusi yang lebih dinamis. Puncaknya, pada periode 1980-an hingga awal 2000-an, AUM semakin menguat, dikelola secara profesional, dan mulai menginstitusi sesuai bidang masing-masing, meski fokus utamanya masih sebatas menghidupi unit usaha itu sendiri.

“Baru pada tahun 2000-an ke atas amal-amal usaha ini bisa bertumbuh, berkembang, dan bahkan juga membuat unit-unit usaha atau orang menyebut sebagai unit bisnis,” terang Haedar.

Haedar Nashir menjelaskan bahwa setiap AUM memiliki dua dimensi krusial: dimensi amal yang bersifat religiusitas atau sakral, yang erat kaitannya dengan nilai-nilai teologis, dan dimensi usaha yang bersifat profan atau keduniawian. Muhammadiyah secara organik memadukan kedua dimensi ini menjadi satu kesatuan yang utuh.

“Yang satu sakral yang satu profan, Muhammadiyah secara organik memadukan dua dimensi itu menjadi satu kesatuan. Bahwa yang sakral itu dia harus berintegrasi, bermetamorfosis, bermanifestasi pada yang profan,” tegasnya.

Di sisi lain, urusan-urusan profan di Muhammadiyah tidak boleh lepas dari pijakan nilai teologis atau sakral. Usaha-usaha yang dijalankan, menurut Haedar, berakar pada trilogi Muhammadiyah: iman, ilmu, dan amal.

Menyadari pentingnya penguatan ekonomi, sejak tahun 2015 PP Muhammadiyah merintis gerakan prioritas untuk mengembangkan usaha ekonomi dengan tetap berpegang teguh pada karakter amal. Haedar meyakini, di tengah berbagai tantangan, pelebagaan ekonomi dan bisnis Muhammadiyah akan mampu memimpin kemajuan, terlebih dengan dukungan sumber daya manusia dan finansial yang sehat saat ini.

“Dan semuanya tidak lain untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat, kesejahteraan umat, kesejahteraan bangsa,” tutup Haedar. ([PERS](#))