

KRITIK IDEOLOGIS TERHADAP KOMERSIALISASI FILANTROPI ISLAM DI ERA NEOLIBERALISME

Rita Widya Putri^a, Meti Astuti, SEI., MEK^b

^aSTEI Hamfara, Kasihan, Yogyakarta, ritawidya62@gmail.com

^bSTEI Hamfara, Kasihan, Yogyakarta, metiastuti2024@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji fenomena komersialisasi filantropi Islam di era neoliberalisme serta menganalisis dampak ideologisnya terhadap makna dan orientasi filantropi Islam. Komersialisasi dimaknai sebagai kecenderungan lembaga-lembaga filantropi Islam mengadopsi logika bisnis dan pola pikir pasar dalam pengelolaan dana sosial keagamaan. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan analisis kritis ideologis berbasis prinsip maqasid al-shari'ah dan keadilan sosial Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa praktik komersialisasi filantropi, meskipun dapat meningkatkan efisiensi, berpotensi menggeser makna filantropi Islam dari ibadah dan solidaritas sosial menjadi aktivitas transaksional yang sarat dengan kepentingan citra dan kompetisi pasar. Selain itu, terdapat risiko tereduksinya dimensi keadilan sosial dan munculnya reproduksi ketimpangan struktural yang justru bertentangan dengan tujuan dasar filantropi dalam Islam. Artikel ini menyimpulkan bahwa diperlukan reposisi orientasi filantropi Islam agar tetap profesional dalam pengelolaan, namun tidak kehilangan ruh sosial, spiritual, dan ideologisnya.

Kata Kunci: Filantropi Islam, Komersialisasi, Neoliberalisme, Kritik Ideologis, Maqasid al-Shari'ah.

Abstract

This article aims to examine the phenomenon of the commercialization of Islamic philanthropy in the era of neoliberalism and analyze its ideological impact on the meaning and orientation of Islamic philanthropy. Commercialization is defined as the tendency of Islamic philanthropic institutions to adopt business logic and a market mindset in managing religious social funds. This research uses a library research method with a critical ideological analysis approach based on the principles of maqasid al-shari'ah and Islamic social justice. The results of the study indicate that the practice of commercializing philanthropy, although it can increase efficiency, has the potential to shift the meaning of Islamic philanthropy from worship and social solidarity to a transactional activity fraught with image interests and market competition. Furthermore, there is a risk of diminishing the dimension of social justice and reproducing structural inequalities that contradict the fundamental goals of philanthropy in Islam. This article concludes that a repositioning of the orientation of Islamic philanthropy is necessary to maintain professionalism in management while maintaining its social, spiritual, and ideological spirit.

Keywords: Islamic Philanthropy, Commercialization, Neoliberalism, Ideological Criticism, Maqasid al-Shari'ah.

PENDAHULUAN

Filantropi Islam telah menjadi bagian penting dalam sistem kesejahteraan sosial umat Islam sejak masa awal peradaban Islam. Instrumen-instrumen seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dirancang tidak hanya sebagai bentuk ibadah individual, tetapi juga sebagai mekanisme distribusi kekayaan dan pemberdayaan sosial (Chapra, 2000). Di tengah berbagai persoalan ketimpangan sosial, kemiskinan, dan eksklusi ekonomi, kehadiran filantropi Islam menjadi sangat relevan untuk mewujudkan prinsip keadilan sosial dalam masyarakat Muslim, termasuk di Indonesia yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (Kahf, 2004).

Namun, dalam beberapa dekade terakhir, muncul fenomena baru yang patut menjadi perhatian, yaitu kecenderungan komersialisasi dalam pengelolaan filantropi Islam. Lembaga-lembaga zakat, infaq, sedekah, dan wakaf kini banyak mengadopsi model manajemen korporasi, strategi pemasaran yang agresif, serta penggunaan terminologi bisnis seperti “investasi sosial” atau “klien mustahik” (Sari, 2019). Di satu sisi, pendekatan ini dianggap dapat meningkatkan profesionalitas, efisiensi, dan akuntabilitas lembaga filantropi. Namun, di sisi lain, muncul kekhawatiran bahwa orientasi bisnis yang berlebihan justru dapat menggeser makna substantif filantropi Islam sebagai instrumen ibadah dan keadilan sosial (Haryono, 2021).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas transformasi pengelolaan lembaga filantropi Islam menuju arah yang lebih modern dan profesional. Misalnya, penelitian oleh Sari (2019) menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan perolehan dana zakat secara signifikan. Penelitian lain oleh Haryono (2021) mengungkapkan bahwa profesionalisasi pengelolaan zakat dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga zakat. Namun, kajian yang secara khusus memberikan kritik ideologis terhadap dampak komersialisasi filantropi Islam di bawah hegemoni neoliberalisme masih sangat terbatas. Padahal, neoliberalisme sebagai ideologi global membawa logika pasar ke hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor sosial-keagamaan (Harvey, 2007).

Fenomena dominasi neoliberalisme telah banyak dikritisi oleh para pemikir sosial karena kecenderungannya mendorong komersialisasi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan filantropi (Harvey, 2007). Dalam konteks filantropi Islam, infiltrasi nilai-nilai neoliberalisme berpotensi menggeser orientasi lembaga-lembaga

filantropi dari upaya transformasi sosial berbasis keadilan menuju model bantuan yang berorientasi citra, kompetisi, dan logika pasar (Khasanah, 2022). Padahal, secara normatif, filantropi Islam tidak sekadar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi juga bertujuan menghapuskan akar-akar struktural kemiskinan dan ketimpangan (Chapra, 2000).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini menawarkan kritik ideologis terhadap komersialisasi filantropi Islam di era neoliberalisme. Kajian ini menjadi penting sebagai bentuk upaya akademik untuk mengingatkan bahwa modernisasi dan profesionalisasi pengelolaan lembaga filantropi Islam harus tetap berada dalam koridor maqasid al-shari'ah dan prinsip keadilan sosial Islam. Dengan demikian, modernitas tidak boleh mengaburkan ruh sosial, spiritual, dan ideologis filantropi Islam sebagai instrumen pemberdayaan dan pemerataan kesejahteraan umat.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis fenomena komersialisasi filantropi Islam di tengah dominasi neoliberalisme global, mengkaji dampak ideologisnya terhadap makna dan orientasi filantropi Islam, serta merumuskan alternatif model pengelolaan filantropi Islam yang profesional namun tetap berlandaskan prinsip keadilan sosial dan maqasid al-shari'ah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis fenomena komersialisasi filantropi Islam di era neoliberalisme melalui penelaahan literatur ilmiah dan dokumen relevan. Sumber data yang digunakan meliputi buku-buku ilmiah, artikel jurnal nasional dan internasional, laporan tahunan lembaga filantropi Islam seperti BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, serta publikasi media massa dan dokumen pendukung lainnya. Penelusuran data dilakukan dengan memanfaatkan komputer, akses ke database jurnal ilmiah online seperti Google Scholar dan Portal Garuda, serta situs web resmi lembaga filantropi. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi pola-pola komersialisasi, penggunaan terminologi bisnis, serta implikasinya terhadap makna dan orientasi filantropi Islam. Selanjutnya, dilakukan analisis kritis ideologis berbasis maqasid al-shari'ah dan prinsip keadilan sosial Islam untuk mengevaluasi apakah kecenderungan

komersialisasi tersebut selaras atau justru bertentangan dengan nilai-nilai dasar filantropi Islam sebagai instrumen ibadah, keadilan, dan pemberdayaan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Fenomena Komersialisasi Filantropi Islam di Era Neoliberalisme

Hasil kajian menunjukkan bahwa komersialisasi filantropi Islam di Indonesia dan secara global merupakan fenomena nyata yang berkembang pesat dalam dua dekade terakhir. Lembaga-lembaga pengelola zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) banyak yang mulai mengadopsi model manajemen dan strategi pemasaran ala korporasi, seperti penggunaan jargon bisnis, digital marketing agresif, hingga inovasi produk yang menyerupai skema investasi sosial (Sari, 2019). Contohnya dapat dilihat pada program-program seperti "Wakaf Uang Produktif", "Investasi Sosial Wakaf Properti", atau istilah "Portofolio Pemberdayaan Zakat", yang dalam narasi promosinya lebih menonjolkan aspek imbal hasil ekonomi dibanding makna ibadah dan pemberdayaan mustahik secara struktural.

Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari dominasi ideologi neoliberalisme yang menekankan efisiensi, kompetisi, dan logika pasar dalam hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor sosial-keagamaan (Harvey, 2007). Dalam konteks lembaga filantropi Islam, neoliberalisme mendorong lembaga untuk lebih kompetitif dalam "memasarkan" program-program sosialnya, membangun citra kelembagaan yang kuat, dan menarik partisipasi donatur terutama dari kalangan kelas menengah atas. Di satu sisi, hal ini dapat meningkatkan penghimpunan dana dan memperluas jangkauan program sosial. Namun di sisi lain, komersialisasi ini juga memunculkan kekhawatiran akan terjadinya pergeseran makna substantif filantropi Islam.

Hasil kajian menunjukkan bahwa komersialisasi filantropi Islam di Indonesia semakin nyata melalui adopsi logika pasar dalam pengelolaan lembaga zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Lembaga-lembaga besar seperti Dompot Dhuafa mempromosikan wakaf produktif dalam bentuk properti dan sukuk. Misalnya, pada acara *Waqf Talk Halal Fair 2024*, Dompot Dhuafa mengusung tema "Wakaf: Bisnis Berkah Cuan Berlimpah", yang menekankan potensi keuntungan investasi wakaf — jauh dari dimensi spiritual ibadah sosial. Selain itu, Dompot Dhuafa juga meraih penghargaan Event Fundraising Terbaik pada Indonesian

Fundraising Award 2023, yang menunjukkan bahwa gala dinner dan event eksklusif dipakai sebagai strategi utama menarik donatur kalangan kelas atas.

Kontestasi ini semakin diperkuat oleh suara pakar: Irfan Syauqi Beik menegaskan bahwa “pengelolaan zakat bukanlah ranah untuk merger, akuisisi, atau kompetisi efisiensi seperti dalam dunia bisnis” dan memperingatkan bahwa “zakat memiliki dimensi spiritual, sosial ekonomi, dan politik” sehingga “tidak bisa dipaksakan tunduk pada logika bisnis yang profit-oriented”. Penegasan ini menjadi bukti bahwa praktik tersebut memang dilihat sebagai bentuk komersialisasi yang menggeser karakter dasar filantropi Islam.

4.2 Pergeseran Makna dan Orientasi Filantropi Islam

Salah satu dampak paling nyata dari komersialisasi adalah terjadinya pergeseran makna dan orientasi filantropi Islam, dari yang semula berakar pada nilai-nilai ibadah, solidaritas sosial, dan keadilan distributif, menjadi lebih berorientasi pada transaksi sosial dan pencitraan kelembagaan (Haryono, 2021). Penggunaan istilah seperti "klien mustahik" atau "investor sosial" secara tidak langsung merepresentasikan cara pandang yang memindahkan relasi antara pemberi dan penerima manfaat ke dalam kerangka hubungan bisnis, bukan hubungan kemanusiaan dan tanggung jawab sosial keagamaan.

Selain itu, kecenderungan lembaga filantropi untuk menargetkan kelompok donatur kelas menengah atas melalui program-program eksklusif, event mewah, dan promosi citra juga menunjukkan adanya distorsi orientasi. Mustahik atau penerima manfaat kerap kali diposisikan hanya sebagai "objek statistik" untuk menunjukkan keberhasilan program, sementara aspek pemberdayaan struktural, advokasi kebijakan, atau transformasi sosial jangka panjang kurang menjadi fokus utama.

4.3 Analisis Ideologis terhadap Dampak Komersialisasi

Komersialisasi filantropi Islam di era neoliberalisme tidak hanya berdampak pada aspek teknis pengelolaan, tetapi juga memiliki konsekuensi ideologis yang mendalam. Dalam kerangka maqasid al-shari'ah, filantropi Islam memiliki tujuan utama menjaga keseimbangan sosial, memberdayakan kaum lemah, serta mengurangi kesenjangan ekonomi melalui distribusi kekayaan yang adil (Chapra, 2000). Namun, hasil kajian menunjukkan bahwa

infiltrasi logika pasar ke dalam praktik filantropi Islam justru berpotensi mengaburkan tujuan tersebut.

Salah satu dampak ideologis yang signifikan adalah reduksi makna filantropi Islam menjadi sekadar aktivitas sosial yang dikemas dalam narasi bisnis dan transaksi pasar. Ketika orientasi lembaga lebih menonjolkan aspek "return on investment" sosial, pencitraan kelembagaan, dan kompetisi pengumpulan dana, maka filantropi berisiko kehilangan dimensi keikhlasan, spiritualitas, dan solidaritas sosial yang seharusnya menjadi landasan utamanya (Haryono, 2021). Hal ini sejalan dengan kritik yang diajukan oleh Harvey (2007), bahwa neoliberalisme cenderung menjadikan semua aspek kehidupan tunduk pada logika pasar, termasuk aktivitas sosial-keagamaan.

Selain itu, terdapat kecenderungan bahwa filantropi yang terkomersialisasi dapat menjadi instrumen yang tidak sengaja mereproduksi ketimpangan sosial. Program-program yang lebih mengutamakan bantuan konsumtif jangka pendek, tanpa menyentuh akar-akar struktural kemiskinan dan ketidakadilan, hanya berfungsi sebagai penyangga sementara tanpa mendorong transformasi sosial yang berkelanjutan. Dalam kondisi demikian, filantropi berpotensi menjadi "kosmetik sosial" (charity-washing) yang menutupi persoalan ketimpangan sistemik, namun tidak benar-benar menyelesaikannya.

4.4 Reposisi Filantropi Islam Berbasis Maqasid al-Shari'ah

Sebagai respons terhadap dampak negatif komersialisasi, hasil kajian ini merekomendasikan perlunya reposisi model pengelolaan filantropi Islam yang tetap mengakomodasi profesionalisme, namun tidak kehilangan prinsip-prinsip ideologisnya. Pertama, lembaga filantropi perlu menegaskan kembali orientasi filantropi sebagai ibadah sosial yang bertujuan mewujudkan keadilan, bukan semata-mata aktivitas sosial berbalut citra korporat.

Kedua, program-program filantropi harus lebih diarahkan pada pemberdayaan struktural yang mendorong kemandirian mustahik, bukan sekadar bantuan jangka pendek yang bersifat konsumtif. Hal ini sejalan dengan maqasid al-shari'ah yang menekankan perlindungan terhadap jiwa (hifzh al-nafs), harta (hifzh al-mal), dan kesejahteraan kolektif umat (Chapra, 2000).

Ketiga, penguatan peran negara dan komunitas dalam ekosistem filantropi Islam menjadi krusial. Negara tidak boleh sepenuhnya menyerahkan tanggung jawab sosial pada lembaga-lembaga semi-komersial, tetapi harus hadir sebagai regulator dan fasilitator agar prinsip keadilan dan pemberdayaan sosial dapat tercapai secara optimal.

Dengan reposisi ini, diharapkan filantropi Islam dapat tetap profesional, modern, dan efisien dalam pengelolaan, namun tetap berakar kuat pada nilai-nilai keislaman, solidaritas sosial, dan cita-cita besar keadilan struktural yang menjadi esensi ajaran Islam.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komersialisasi filantropi Islam di era neoliberalisme merupakan fenomena nyata yang ditandai oleh adopsi model manajemen, strategi pemasaran, dan narasi bisnis dalam pengelolaan lembaga zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Meskipun pendekatan ini dapat meningkatkan profesionalitas dan efektivitas penghimpunan dana, temuan penelitian ini mengindikasikan adanya pergeseran makna dan orientasi filantropi Islam dari instrumen ibadah dan keadilan sosial menjadi aktivitas transaksional yang sarat dengan kepentingan citra dan kompetisi pasar. Dampak ideologis dari komersialisasi ini berpotensi mengaburkan ruh filantropi Islam sebagai bagian dari sistem distribusi kekayaan yang adil, bahkan dapat secara tidak langsung mereproduksi ketimpangan sosial melalui program-program yang lebih berorientasi pada konsumsi jangka pendek daripada pemberdayaan struktural. Oleh karena itu, diperlukan reposisi pengelolaan filantropi Islam agar tetap profesional, namun tetap setia pada prinsip maqasid al-shari'ah, keadilan sosial, dan pemberdayaan umat sebagai inti dari ajaran Islam.

DISKUSI

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya wacana tentang filantropi Islam, khususnya dalam mengkritisi dampak komersialisasi di era neoliberalisme. Temuan dalam kajian ini menunjukkan bahwa di balik profesionalisasi dan modernisasi lembaga filantropi, terdapat risiko pergeseran makna yang dapat melemahkan tujuan sosial-keagamaan filantropi Islam. Penelitian ini juga menegaskan kebaruan dalam kajian filantropi dengan menawarkan analisis ideologis yang mengaitkan komersialisasi dengan logika

neoliberalisme, sebuah aspek yang masih jarang dibahas secara kritis dalam literatur maupun praktik kelembagaan.

Meski demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya bersumber dari kajian pustaka, sehingga belum menangkap secara langsung dinamika lapangan. Ke depan, diperlukan penelitian empiris yang lebih mendalam untuk menguji dampak komersialisasi terhadap penerima manfaat serta mengeksplorasi strategi lembaga agar tetap profesional tanpa mengabaikan ruh sosial dan keadilan dalam filantropi Islam.

DAFTAR RUJUKAN

- Atia, M. (2013). Pious neoliberalism and Islamic charity in Egypt. *Geoforum*, 47, 173-182.
- Asmuni. (2015). Problematika implementasi pendidikan karakter dalam pembelajaran di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan*, 16(2), 123–134.
- Beik, I. S. (2024, April 9). Pakar paparkan perbedaan zakat dengan filantropi dan bisnis. *Antaranews*. Diakses dari <https://www.antaranews.com/berita/4866209/pakar-paparkan-perbedaan-zakat-dengan-filantropi-dan-bisnis>
- Dompot Dhuafa. (2024, Mei 19). Wakaf bisnis berkah cuan berlimpah. Dompot Dhuafa. Diakses dari <https://www.dompetdhuafa.org/wakaf-bisnis-cuan-berlimpah>
- Hughes, A. (2024). From Islamic charity to Muslim philanthropy: Definitions across disciplines. *Journal of Muslim Philanthropy & Civil Society*, 7(1), 5–22.
- Kompas. (2023, Desember 16). Dompot Dhuafa borong 11 penghargaan pada ajang IFA 2023. *Kilas Badan Kompas*. Diakses dari <https://kilasbadan.kompas.com/inspirasi/read/2023/12/16/09575981/dompot-dhuafa-borong-11-penghargaan-pada-ajang-ifa-2023>
- Makhrus. (2023). Aktivisme pemberdayaan masyarakat dan institusionalisasi filantropi Islam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 45–58.
- Media Indonesia. (2022, Mei 10). Zakat bukan transaksi komersial: Kritik atas komodifikasi filantropi Islam. *Media Indonesia*. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/opini/485507/zakat-bukan-transaksi-komersial>
- Sukmawati, R. (2023). Filantropi Islam dan pemberdayaan ekonomi masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(1), 75–90.
- Wazir, J., & Karim, J. (2010). Contesting benevolence: Market orientations among Muslim aid providers in Egypt. *Third World Quarterly*, 31(4), 653–670.