

Implementasi Model Bisnis Filantropi dalam Perspektif Ekonomi Syariah melalui Penyaluran Keuntungan Usaha untuk Kegiatan Kemanusiaan

Niken Aulia Nurul Putri

nikenaulia718@gmail.com

Abstrak

Kata Kunci:
Filantropi;
Bisnis;
Syariah;
Kemanusiaan.

Bisnis pada umumnya identik dengan aktivitas yang berorientasi pada keuntungan. Namun dalam perkembangannya, muncul praktik bisnis yang tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menghadirkan nilai kepedulian sosial. Salah satu bentuknya adalah bisnis filantropi, yaitu model usaha yang mengalokasikan sebagian keuntungan untuk kegiatan kemanusiaan. Di Indonesia, praktik ini mulai banyak dilakukan oleh berbagai brand lokal, misalnya melalui penjualan produk tertentu yang hasilnya disalurkan untuk bantuan kemanusiaan seperti dukungan bagi masyarakat Palestina atau korban bencana. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana praktik bisnis filantropi diterapkan oleh beberapa brand di Indonesia serta bagaimana konsep tersebut dipandang dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis kasus terhadap beberapa brand yang mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan kegiatan filantropi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik tersebut tidak hanya memberikan dampak sosial bagi masyarakat yang membutuhkan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai ekonomi syariah seperti kepedulian, keadilan sosial, dan kemaslahatan bersama. Dengan demikian, bisnis filantropi dapat menjadi salah satu model usaha yang relevan dalam menggabungkan aktivitas ekonomi dengan tanggung jawab social.

Abstract

Keywords:
Philanthropy;
Business;
Sharia;
Humanitarian

Business activities are commonly associated with profit-oriented objectives. However, in recent years, there has been a growing trend of businesses integrating social responsibility into their operations. One example is philanthropic business, a model in which companies allocate a portion of their profits to support humanitarian causes. In Indonesia, several local brands have implemented this concept by selling specific products whose proceeds are partly donated to humanitarian assistance, such as support for Palestinian communities or disaster relief efforts. This study aims to examine the practice of philanthropic business among several Indonesian brands and analyze it from the perspective of Islamic economics. This



SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah

Vol. 02 No. 02 (2026), Hal. 487-493

research employs a qualitative approach using literature study and case analysis of selected brands that integrate business activities with philanthropic initiatives. The findings indicate that philanthropic business practices not only generate economic value but also contribute to social welfare and reflect Islamic economic principles such as social responsibility, justice, and public benefit. Therefore, philanthropic business can serve as a relevant model that bridges economic activities with humanitarian values.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis pada era modern tidak lagi hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga mulai memperhatikan dimensi sosial dan kemanusiaan. Banyak perusahaan dan pelaku usaha yang berupaya mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat. Salah satu bentuk praktik tersebut dikenal sebagai bisnis filantropi, yaitu kegiatan usaha yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga mengalokasikan sebagian hasilnya untuk kegiatan sosial dan kemanusiaan. Dalam kajian sosial, filantropi dipahami sebagai tindakan sukarela yang dilakukan individu maupun kelompok untuk memberikan bantuan kepada pihak yang membutuhkan sebagai bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat.¹

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut memiliki keterkaitan erat dengan nilai-nilai dasar Islam yang menekankan keadilan sosial, kepedulian terhadap sesama, serta keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Islam mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi tidak semata-mata bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi orang lain melalui berbagai instrumen sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf.² Instrumen-instrumen tersebut memiliki peran penting dalam membantu kelompok masyarakat yang membutuhkan sekaligus mengurangi kesenjangan sosial yang terjadi dalam masyarakat.

Sejumlah akademisi juga menekankan bahwa filantropi Islam memiliki peran penting dalam pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat. Hilman Latief menjelaskan bahwa praktik filantropi Islam di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, terutama melalui lembaga zakat, lembaga sosial, serta berbagai inisiatif masyarakat yang berorientasi pada kegiatan kemanusiaan dan pemberdayaan ekonomi.³ Hal ini menunjukkan bahwa filantropi tidak hanya berfungsi sebagai bantuan karitatif semata, tetapi juga dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Dalam beberapa tahun terakhir, praktik bisnis filantropi mulai berkembang di Indonesia dan dilakukan oleh berbagai brand lokal melalui berbagai program kemanusiaan. Salah satu contoh yang cukup menarik adalah brand fesyen muslim Mandjha milik desainer Ivan Gunawan yang meluncurkan produk hijab bertema Palestina dan menjadikannya sebagai bagian dari kampanye solidaritas kemanusiaan. Melalui penjualan produk tersebut, perusahaan berhasil menggalang dana donasi hingga sekitar Rp2 miliar yang kemudian disalurkan melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk membantu masyarakat Palestina.⁴

Selain itu, brand *fashion* muslim Klamby juga menghadirkan produk scarf bertema Palestina sebagai bentuk solidaritas terhadap krisis kemanusiaan yang terjadi di Gaza. Sebagian keuntungan dari penjualan produk tersebut disalurkan untuk kegiatan kemanusiaan melalui lembaga penyalur bantuan. Inisiatif ini menunjukkan bahwa aktivitas bisnis dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kepedulian sosial di masyarakat serta mendorong partisipasi publik dalam kegiatan kemanusiaan.⁵

¹ Robert L. Payton & Michael P. Moody, *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission* (Bloomington: Indiana University Press, 2008).

² Yusuf Qardhawi, *Fiqh aḏ-Zakāh* (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1999).

³ Hilman Latief, *Islamic Philanthropy and Social Development in Contemporary Indonesia* (London: Routledge, 2013).

⁴ Detik.com, "Ivan Gunawan Donasikan Rp2 Miliar dari Penjualan Jilbab untuk Palestina," diakses 2026.

⁵ Fortune Indonesia, "Klamby dan Sejumlah Brand Lokal Rilis Hijab Palestina untuk Donasi," diakses 2026

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa bisnis tidak lagi dipandang semata-mata sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk menciptakan nilai sosial yang lebih luas bagi masyarakat. Dengan mengintegrasikan aktivitas bisnis dan kegiatan filantropi, perusahaan dapat berperan dalam membantu menyelesaikan berbagai persoalan sosial dan kemanusiaan yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, kajian mengenai praktik bisnis filantropi menjadi penting untuk memahami bagaimana kegiatan bisnis dapat berkontribusi terhadap nilai-nilai kemaslahatan dalam perspektif ekonomi syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena bisnis filantropi yang berkembang dalam praktik bisnis di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dan praktik sosial yang terjadi dalam aktivitas bisnis yang mengintegrasikan kegiatan ekonomi dan kegiatan kemanusiaan. Menurut Creswell, penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang digunakan untuk memahami permasalahan sosial atau manusia melalui analisis data yang bersifat deskriptif dan interpretatif.⁶

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (*library research*) dengan mengkaji berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta publikasi yang berkaitan dengan konsep filantropi, ekonomi syariah, dan tanggung jawab sosial dalam dunia bisnis. Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai sumber ilmiah yang relevan untuk memperoleh landasan teori dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik penelitian.⁷

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus untuk menganalisis praktik bisnis filantropi yang dilakukan oleh beberapa brand lokal di Indonesia. Studi kasus digunakan untuk memahami fenomena secara lebih mendalam dalam konteks kehidupan nyata, khususnya dalam melihat bagaimana suatu konsep diterapkan dalam praktik sosial.⁸ Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan untuk mengkaji beberapa brand yang mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan kegiatan kemanusiaan, misalnya melalui penyaluran sebagian keuntungan penjualan produk untuk bantuan kemanusiaan.

Data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis yang dilakukan dengan cara menguraikan dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang diteliti. Melalui analisis tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana praktik bisnis filantropi dapat menjadi salah satu bentuk implementasi nilai-nilai ekonomi syariah dalam kegiatan bisnis modern.⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis literatur dan studi kasus dalam riset ini mengungkapkan fenomena sejumlah *brand* lokal Indonesia yang memadukan operasional bisnis dengan misi kemanusiaan. Melalui mekanisme penyisihan sebagian laba penjualan untuk donasi, *brand-brand* tersebut membuktikan bahwa sektor komersial mampu menjadi instrumen efektif

⁶ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

⁸ Robert K. Yin, *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (California: SAGE Publications, 2018).

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

dalam menggerakkan kepedulian dan partisipasi sosial masyarakat.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai praktik bisnis filantropi yang dilakukan oleh brand lokal di Indonesia, beberapa contoh kasus dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Praktik Bisnis Filantropi oleh Brand Lokal di Indonesia

No	Brand	Program Filantropi	Bentuk Bantuan
1	Mandjha	Penjualan hijab bertema Palestina	Donasi kemanusiaan melalui BAZNAS
2	Klamby	Penjualan scarf Palestina	Donasi untuk bantuan kemanusiaan
3	Beberapa brand lokal UMKM	Kampanye penjualan produk donasi	Bantuan bencana dan kegiatan sosial

Implementasi nyata dari fenomena ini terlihat pada brand busana muslim Mandjha karya Ivan Gunawan, yang mampu menghimpun dana kemanusiaan hingga Rp2 miliar lewat penjualan koleksi hijab edisi khusus Palestina. Dana tersebut kemudian disalurkan melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai bentuk dukungan bagi warga Palestina.¹⁰ Fenomena ini mengindikasikan bahwa integrasi nilai-nilai filantropi dalam strategi pemasaran dapat menjadi stimulan yang kuat dalam mendorong keterlibatan sosial publik.

Senada dengan hal tersebut, jenama Klamby juga meluncurkan koleksi scarf bertema serupa yang mengalokasikan sebagian margin keuntungan untuk bantuan sosial.¹¹ Keberhasilan inisiatif ini mempertegas pergeseran perilaku konsumen, di mana keputusan pembelian tidak lagi sekadar didasarkan pada aspek fungsionalitas produk, melainkan juga didorong oleh signifikansi nilai sosial yang direpresentasikan oleh produk tersebut.

Interpretasi Praktik Bisnis Filantropi dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Temuan riset ini mengindikasikan bahwa integrasi filantropi dalam model bisnis bukan sekadar tren pemasaran, melainkan bentuk konkret dari manifestasi nilai-nilai ekonomi syariah dalam ekosistem bisnis kontemporer. Dalam paradigma ekonomi Islam, aktivitas perniagaan tidak hanya dipandu oleh motif profitabilitas (profit-oriented), tetapi harus berpijak pada prinsip falah—yakni pencapaian kesejahteraan yang holistik bagi masyarakat luas.¹² Instrumen sosial-keagamaan seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) kini bertransformasi menjadi pilar strategis dalam mendistribusikan kekayaan secara lebih inklusif dan berkeadilan.¹³

Sebagaimana ditekankan dalam pemikiran ekonomi Islam, sistem filantropi tidak dirancang untuk memberikan solusi karitatif jangka pendek, melainkan bertujuan

¹⁰ Detik.com, "Ivan Gunawan Donasikan Rp2 Miliar dari Penjualan Jilbab untuk Palestina," diakses 2026.

¹¹ Fortune Indonesia, "Klamby dan Sejumlah Brand Lokal Rilis Hijab Palestina untuk Donasi," diakses 2026.

¹² Amirul Syah & Safrida, *Dasar-Dasar Ekonomi Syariah: Prinsip dan Aplikasinya* (Medan: UMSU Press, 2021), hlm. 45

¹³ Abdiansyah Linge & Upi Sopiha Ahmad, "Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf dalam Filantropi Islam," *Yasin: Jurnal Pendidikan dan Sosial Islam* 2, no. 5 (Oktober 2022): 761. Sumber Jurnal Yasin

membangun ketahanan sosial-ekonomi yang berkelanjutan.¹⁴ Dalam konteks ini, langkah strategis yang diambil oleh berbagai jenama lokal di Indonesia dalam menyisihkan margin keuntungan untuk donasi dapat dipahami sebagai upaya aktualisasi etika bisnis Islam. Praktik tersebut mencerminkan komitmen terhadap keadilan ekonomi dan kepedulian sosial, yang memosisikan perusahaan bukan hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial di tengah masyarakat.¹⁵

Data penelitian ini selaras dengan literatur terdahulu mengenai akselerasi filantropi Islam di Indonesia yang kini kian dinamis. Hilman Latief menegaskan bahwa ekosistem filantropi nasional telah mengalami transformasi signifikan melalui kolaborasi lintas sektor yang melibatkan lembaga amil, organisasi kemasyarakatan, hingga korporasi swasta.¹⁶ Relevansi temuan ini diperkuat oleh studi terbaru yang menunjukkan bahwa inisiatif sosial perusahaan tidak sekadar menjadi aksi karitatif, melainkan instrumen strategis untuk merekonstruksi citra positif dan mempererat ikatan emosional dengan konsumen.¹⁷

Integrasi nilai filantropis ke dalam operasional bisnis terbukti menciptakan sinergi yang saling menguntungkan (mutualism); di satu sisi memberikan dampak sosial nyata bagi kelompok rentan, sementara di sisi lain menjamin keberlanjutan bisnis melalui peningkatan reputasi.¹⁸ Oleh karena itu, hasil riset ini memperkuat tesis bahwa model bisnis filantropi merupakan paradigma yang sangat relevan dalam menyelaraskan motif ekonomi dengan prinsip kemanusiaan serta kaidah ekonomi syariah kontemporer.¹⁹

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perkembangan dunia bisnis modern di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan melalui adopsi model bisnis filantropi yang menyelaraskan profitabilitas dengan tanggung jawab kemanusiaan. Fenomena yang ditunjukkan oleh sejumlah jenama lokal, seperti Mandjha dan Klamby, membuktikan bahwa integrasi nilai-nilai sosial dalam strategi pemasaran mampu menjadi instrumen efektif untuk memobilisasi partisipasi publik dalam skala yang luas. Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik ini bukan sekadar strategi *branding*, melainkan manifestasi konkret dari prinsip *falah* dan etika bisnis Islam yang menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan umat. Melalui penggunaan instrumen sosial dalam aktivitas komersial, perusahaan telah berhasil mengubah paradigma konsumsi masyarakat dari pemenuhan kebutuhan fungsional menjadi tindakan solidaritas sosial. Dengan demikian, integrasi ini menciptakan model bisnis berkelanjutan yang menyelaraskan keberhasilan finansial dengan distribusi kesejahteraan yang inklusif. Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup objek yang berfokus pada industri fesyen muslim,

¹⁴ Chonita Lutfyah, dkk., "Peran Filantropi di Masyarakat (Studi Analisis Perpustakaan)," *The 2nd ICO EDUSHA 2*, no. 1 (Desember 2021): 741

¹⁵ Khusnul Muslikhah & Naufal Kurniawan, "Implementasi Konsep dan Praktik Filantropi Islam di Indonesia," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Thawalib* 2, no. 1 (Februari 2023): 53.

¹⁶ Hilman Latief, *Filantropi Islam dan Strategi Kebudayaan* (Yogyakarta: Gramedia, 2021), hlm. 82.

¹⁷ Muhammad Jamin & Rini Fatmawati, "Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Consumer Loyalty in Indonesia," *Journal of Islamic Economic and Business* 4, no. 2 (2022): 115-120.

¹⁸ Siti Nur Azizah, "Filantropi Islam dan Keberlanjutan Bisnis di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi* 6, no. 1 (2023): 45.

¹⁹ Ahmad Fauzi & Linda Sari, "Integrasi Nilai Kemanusiaan dalam Model Bisnis Syariah: Studi Kasus Brand Lokal," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 203-210.

sehingga diharapkan penelitian mendatang dapat memperluas cakupan analisis pada sektor industri lain serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak loyalitas konsumen secara lebih presisi.

REFERENSI

- Ahmad, Upi Sopiah, dan Abdiansyah Linge. "Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf dalam Filantropi Islam." *Yasin: Jurnal Pendidikan dan Sosial Islam* 2, no. 5 (Oktober 2022): 761.
- Azizah, Siti Nur. "Filantropi Islam dan Keberlanjutan Bisnis di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi* 6, no. 1 (2023): 45.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021.
- Detik.com. "Ivan Gunawan Donasikan Rp2 Miliar dari Penjualan Jilbab untuk Palestina." Diakses 2026.
- Fauzi, Ahmad, dan Linda Sari. "Integrasi Nilai Kemanusiaan dalam Model Bisnis Syariah: Studi Kasus Brand Lokal." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 203–210.
- Fortune Indonesia. "Klamby dan Sejumlah Brand Lokal Rilis Hijab Palestina untuk Donasi." Diakses 2026.
- Jamin, Muhammad, dan Rini Fatmawati. "Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Consumer Loyalty in Indonesia." *Journal of Islamic Economic and Business* 4, no. 2 (2022): 115–120.
- Latief, Hilman. *Filantropi Islam dan Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Gramedia, 2021.
- Latief, Hilman. *Islamic Philanthropy and Social Development in Contemporary Indonesia*. London: Routledge, 2013.
- Lutfyah, Chonita, dkk. "Peran Filantropi di Masyarakat (Studi Analisis Perpustakaan)." *The 2nd ICO EDUSHA* 2, no. 1 (Desember 2021): 741.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muslikhah, Khusnul, dan Naufal Kurniawan. "Implementasi Konsep dan Praktik Filantropi Islam di Indonesia." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Thawalib* 2, no. 1 (Februari 2023): 53.
- Payton, Robert L., dan Michael P. Moody. *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission*. Bloomington: Indiana University Press, 2008.
- Qardhawi, Yusuf. *Fiqh az-Zakah*. Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1999.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Syah, Amirul, dan Safrida. *Dasar-Dasar Ekonomi Syariah: Prinsip dan Aplikasinya*. Medan: UMSU Press, 2021.
- Yin, Robert K. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. California: SAGE Publications, 2018.