

*Diskusi Publik: "Muslimah Ekonom Syariah Bicara Ekonomi Kurban"*

# PRAKTIK & POTENSI KURBAN DI INDONESIA

---

*Mengapa Triliunan Rupiah Kurban Justru Memperdalam Ketimpangan?*

**Prof. Nur Hidayah, Ph.D.**

*Ketua Center for Sharia Economic Development (CSED) INDEF*



# Paradoks Kurban Indonesia 2026

## POTENSI EKONOMI KURBAN

**Rp 26,89 T**

*Estimasi nilai kurban nasional 2026  
(Sumber: Proyeksi IDEAS)*

## DEFISIT PROTEIN

**163 Daerah**

*dari 514 Kabupaten/Kota di Indonesia  
(Sumber : Proyeksi IDEAS)*

## Penyebaran tidak merata

**73 Daerah**

*Hanya 73 daerah atau sekitar 14,2% yang memiliki tingkat kecukupan distribusi kisaran 50-80% (Sumber : Proyeksi IDEAS)*

## PERTANYAAN KUNCI:

*"Mengapa instrumen redistribusi keagamaan terbesar di Asia Tenggara gagal menjangkau wilayah yang paling membutuhkannya?"*

# Kurban: Dari Ibadah Individual ke Maqashid Sosial

DALIL: Q.S. AL-KAUTSAR: 2

فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحِرْ

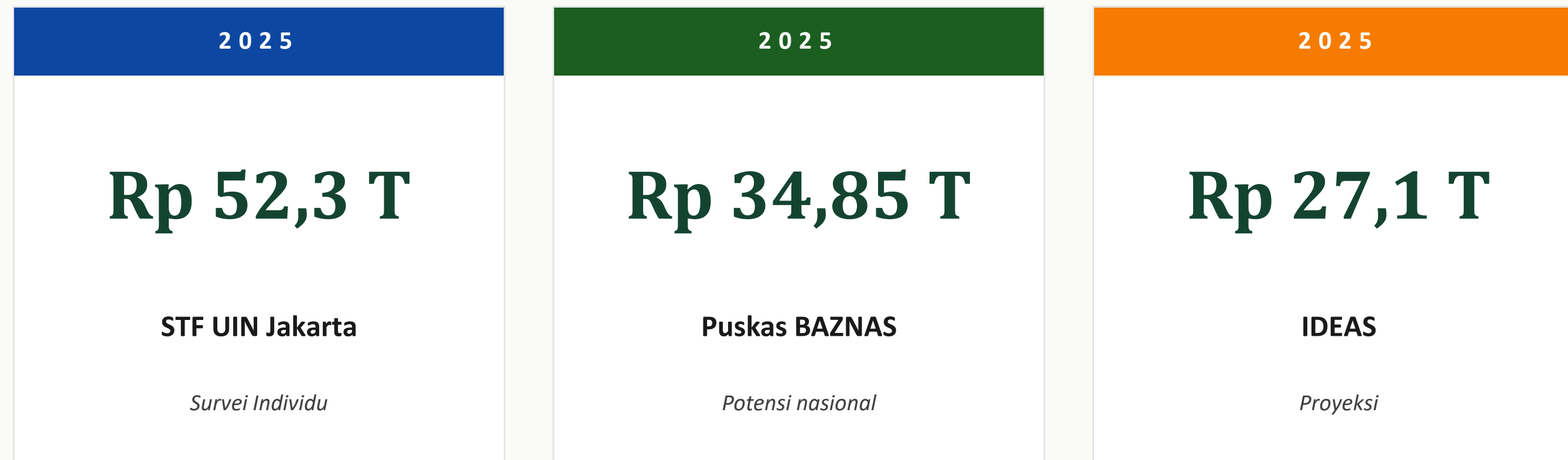
"Maka laksanakanlah salat karena Tuhanmu, dan berkurbanlah!"

## JEMBATAN KE MAQASHID

Kurban menyentuh *ḥifz al-nafs* (pemeliharaan jiwa) melalui pemenuhan protein hewani, sehingga kurban **bukan** sekadar ibadah ritual, melainkan instrumen ketahanan pangan keumatan.

Sumber fiqh: *al-Mughni (Ibn Qudamah); al-Majmu' (al-Nawawi)*

# Berapa Besar Sebenarnya Pasar Kurban Indonesia?



Terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil survei individu yang dilakukan oleh STF UIN Jakarta dengan hasil proyeksi qurban oleh BAZNAS dan IDEAS. Dari angka ini menunjukkan bahwa **kita belum punya konsensus epistemik** tentang ukuran ekonomi kurban sendiri.

# Siapa yang Berkurban di Indonesia?

Tiga Dimensi Demografi Shahibul Qurban 2025:

GENDER		
12% dari laki-laki Muslim Dewasa Berkurban	VS	8,4% dari Wanita Muslim Dewasa Berkurban

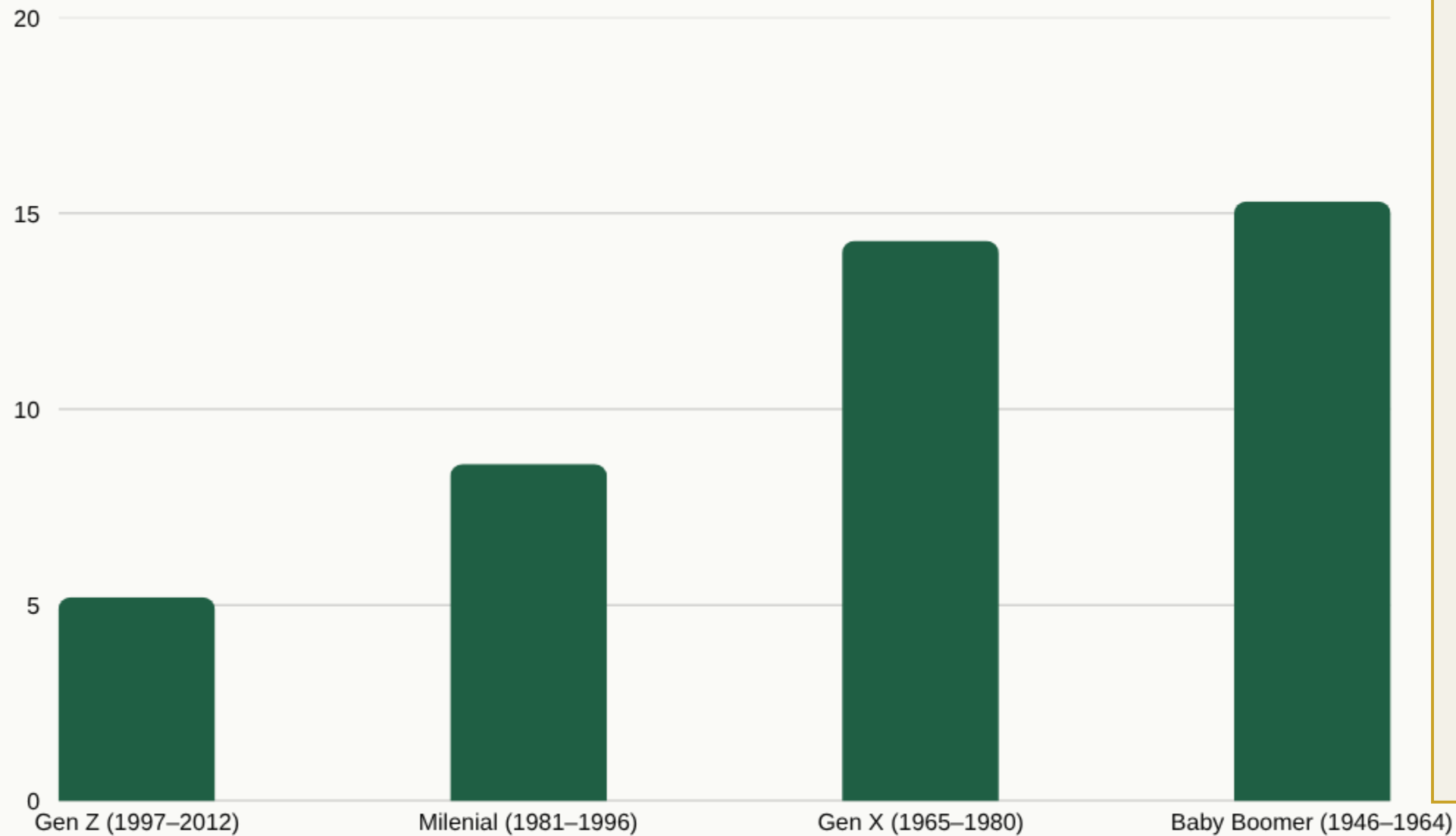
USIA	
Senior 60+	<b>15,4%</b>
Pemuda 18–29	<b>5,2%</b>

PENDIDIKAN	
Pendidikan Tinggi	<b>Dominan</b>
Pendidikan Dasar	<b>Minor</b>

*Gap gender sebesar 3,6% menunjukkan bahwa hingga tahun 2025 pun Kurban masih diasumsikan kewajiban kepala keluarga laki-laki, padahal secara fiqh ia adalah ibadah individual setiap muslim yang mampu termasuk perempuan dengan kemandirian ekonomi.*

# Generational Divide atau Ticking Opportunity?

Partisipasi Berdasarkan Generasi:



1. Berdasarkan hasil survei yang diselenggarakan oleh STF UIN Jakarta, partisipasi ibadah kurban masih didominasi oleh kelompok demografi Baby Boomer, Generasi X, dan Milenial. Rendahnya keterlibatan Generasi Z dapat dipengaruhi oleh faktor keamanan ekonomi. Mengingat batas atas usia Generasi Z saat ini berada pada kisaran 29 tahun, mayoritas dari kelompok tersebut masih berada pada fase awal karier profesional sehingga belum mencapai stabilitas finansial yang memadai.

1. Meskipun demikian, seiring dengan proyeksi pencapaian keamanan ekonomi Generasi Z di masa mendatang, peningkatan kapasitas finansial tersebut perlu diakomodasi oleh inovasi teknologi. Kehadiran platform kurban digital, misalnya, menjadi instrumen krusial untuk memfasilitasi dan meningkatkan aksesibilitas mereka dalam penyaluran kurban.

**IMPLIKASI STRATEGIS**

*Dalam 8–10 tahun, demografis Gen Z akan menggeser pasar kurban. Lembaga yang tidak berinvestasi pada infrastruktur digital hari ini akan tertinggal.*

# Tiga Wajah Penyaluran Kurban

## INFORMAL

*(Dominan)*

### KANAL

Masjid, mushola, pesantren, panitia RT/RW, tokoh agama

### KARAKTERISTIK

Hyper-local, berbasis kedekatan fisik

### AKUNTABILITAS

Sosial-komunal

## FORMAL

*(Bertumbuh)*

### KANAL

LAZ terdaftar, BAZNAS, Ormas (NU, Muhammadiyah)

### KARAKTERISTIK

Skala luas, transparansi institusional

### AKUNTABILITAS

Audit syariah formal

## DIGITAL

*(Baru)*

### KANAL

Tokopedia Salam, Kitabisa, BukaZakat, Bank Aladin Syariah

### KARAKTERISTIK

Skala global, asinkron, data-driven

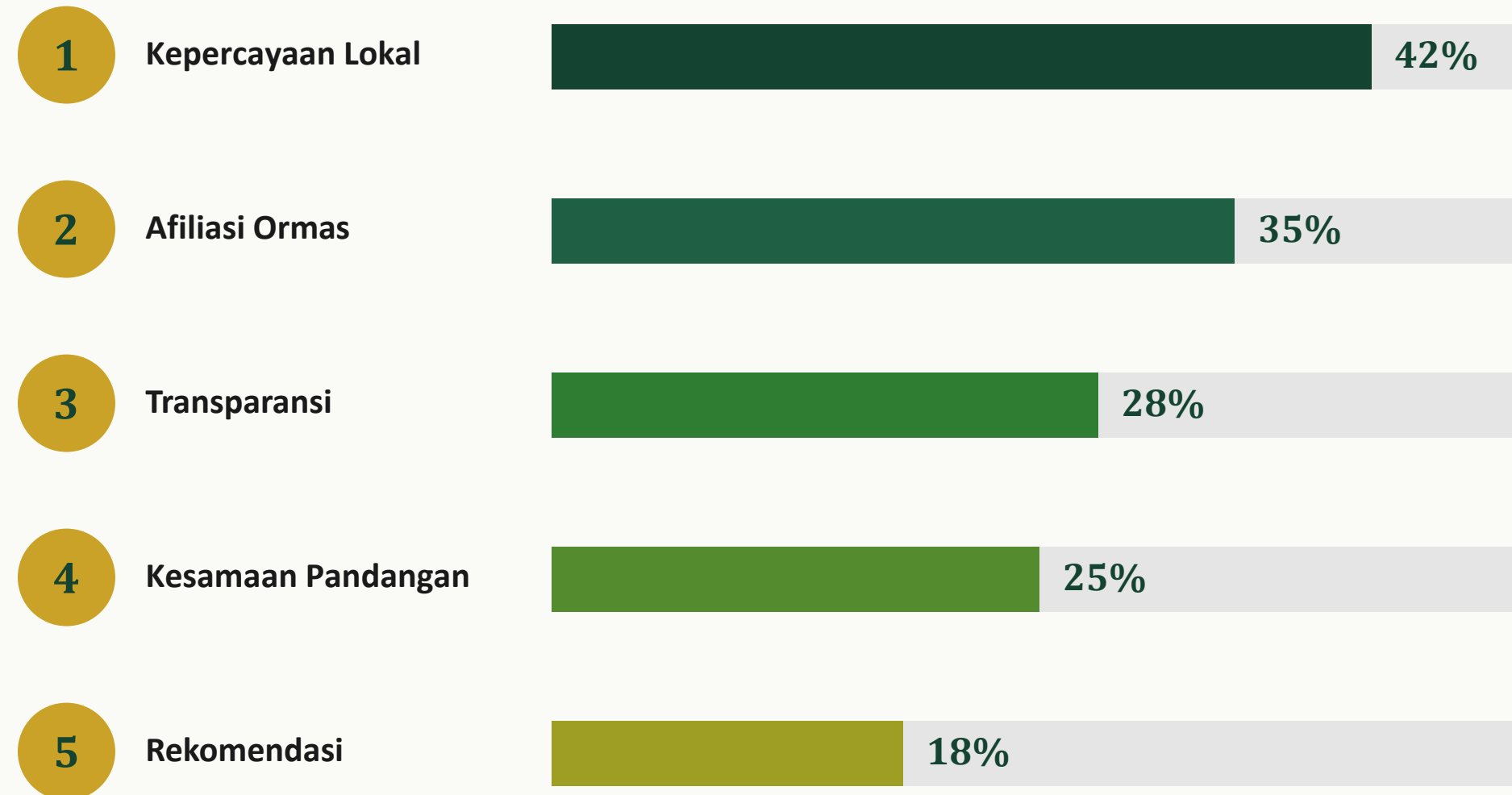
### AKUNTABILITAS

Platform-mediated

**Data menunjukkan bahwa 95,9% transaksi pembayaran kurban masih dilakukan secara luring (konvensional). Hal ini mengindikasikan bahwa secara mayoritas mutlak, pengelolaan dan distribusi kurban masih bertumpu pada saluran informal.**

# Mengapa Orang Memilih Kanal Tertentu?

Faktor Penentu Pilihan Penyaluran:



## Trust di Kurban Bersifat Multi-Layered

1. Masjid sebagai institusi lokal memiliki kedekatan emosional (afektif) dengan masyarakat sekitarnya, sehingga mampu memberikan legitimasi sosial dan keagamaan.
2. Lembaga amil zakat formal seperti LAZ dan BAZNAS menggunakan pendekatan institusional-kognitif, di mana kepercayaan masyarakat dibangun melalui rasionalitas, transparansi, dan profesionalisme. Pendekatan ini memungkinkan lembaga-lembaga tersebut memiliki kapasitas untuk mengelola dan mendistribusikan kurban dalam skala yang jauh lebih masif dan terstruktur.

*Kepercayaan (trust) berbasis lokal dan institusional pada dasarnya bersifat komplementer, bukan substitutif. Artinya, kedua bentuk kepercayaan ini hadir untuk saling melengkapi dalam ekosistem pengelolaan kurban, alih-alih saling menggantikan peran satu sama lain.*

# Proyeksi Nilai Kurban 2026

 VALUASI

**Rp 26,89 T**

*Total proyeksi nilai transaksi simulasi mikro*

 JUMLAH HEWAN

**1,59 Juta Ekor**

*493 ribu Sapi +  
1,09 juta Kambing/Domba*

 TONASE PANGAN

**99.290 Ton**

*Total estimasi daging kurban terdistribusi*

- 1. Volume daging kurban yang mencapai 99.290 ton diestimasikan ekuivalen dengan pemenuhan kebutuhan protein hewani harian seluruh populasi Indonesia selama 2,5 hari.**
- 2. Dalam rentang waktu empat hari (10–13 Dzulhijjah), pelaksanaan ibadah kurban mampu mendistribusikan pasokan protein hewani yang ekuivalen dengan akumulasi kebutuhan nasional selama beberapa hari. Dari perspektif kebijakan publik, efisiensi waktu dan eskalasi distribusi ini menunjukkan kapasitas logistik massal yang sulit disamai oleh program intervensi gizi reguler dari pemerintah.**

# Paradoks Distribusi Kurban: Memperlebar Disparitas, Alih-Alih Mereduksi Ketimpangan Sosial

**● SURPLUS EKSTREM**

**JAWA**

**Rp 21,42 T**

*(79,67% pangsa nasional)*

*Kelebihan pasokan daging berkonsentrasi tinggi*

**● DEFISIT PARAH (<20% Kecukupan)**

**Papua: Rp 0,11 T (0,41%)**

**Maluku: Rp 0,03 T (0,10%)**

*Analisis ketimpangan menggunakan Indeks Theil menunjukkan bahwa distribusi ekonomi kurban mencatatkan skor pada kisaran 0,55 hingga 0,65. Angka ini secara signifikan melampaui Indeks Theil Produk Domestik Bruto (PDB) regional yang berada di rentang 0,30 hingga 0,35. Data tersebut mengindikasikan bahwa distribusi ekonomi kurban di Indonesia memiliki tingkat ketimpangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan struktur perekonomian makro secara keseluruhan*

*Kebijakan realokasi distribusi kurban dari Pulau Jawa ke wilayah Papua perlu dirumuskan secara eksplisit dengan tetap berpedoman pada prinsip aulawiyat al-mahalliyah (prioritas lingkungan lokal/tetangga terdekat). Pendekatan ini esensial agar distribusi lintas wilayah tersebut tidak mereduksi dimensi sosial-komunal yang menjadi esensi dasar dari ibadah kurban.*

# Kurban Indonesia Hidup di Dua Ekonomi

Dua Ekonomi Kurban yang Hidup Berdampingan:



## EKONOMI SWADAYA KOMUNAL

~Rp 18-20 T

- Sebagian besar **NON-TERCATAT**
- Berbasis masjid, panitia RT/RW
- Akuntabilitas sosial-komunal



## EKONOMI FORMAL-PLATFORMIZED

~Rp 2-3 T

- **TERDOKUMENTASI**
- LAZ + Platform Digital
- Akuntabilitas institusional

### ⚠ IMPLIKASI KEBIJAKAN FUNDAMENTAL

1. Intervensi kebijakan yang hanya berorientasi pada optimalisasi struktur ekonomi formal akan berimplikasi pada kegagalan dalam menjangkau 85% dari total volume ekonomi kurban nasional.
2. Upaya digitalisasi pengelolaan kurban yang tidak terintegrasi dengan institusi masjid merupakan suatu kekeliruan strategis. Oleh karena itu, platform digital idealnya dikembangkan dengan pendekatan koeksistensi, bukan dengan tujuan mendisrupsi ekosistem sosial lokal yang telah terbangun.

# Empat Pilar: Partisipasi & Pemerataan Kurban

1

## DIGITALISASI YANG BERDAMPINGAN

95,9% bayar offline. Bangun platform yang terintegrasi dengan panitia masjid—**bukan menggantikan**. Strategi: white-label, co-branded.

2

## EDUKASI AGAMA SEBAGAI PENGGERAK

58,5% siap meningkatkan kurban jika pemahaman agama meningkat. Gunakan masjid sebagai kanal edukasi primer—termasuk **literasi gender** dan maqashid spasial.

3

## SINERGI LEMBAGA & MASJID

Gabungkan kelincahan LAZ/BAZNAS (formal) dengan akar rumput dan **kepercayaan absolut** masjid (informal). Trust lokal + institusional = komplemen.

4

## DISTRIBUSI TEPAT SASARAN

Gunakan peta distribusi kurban yang lebih berkeadilan untuk mendesain **koridor alokasi khusus** dari Jawa ke NTT, Maluku, dan Papua—dengan tetap menghormati aulawiyat al-mahalliyah.



**TARGET:** Partisipasi 10,2% → 15% = **Potensi inflow tambahan Rp 25–30 Triliun/tahun**

# Saran Kebijakan: Lima Aktor, Indikator Terukur

Aktor	Rekomendasi Kunci	Indikator Keberhasilan
Kemenag/BAZNAS	Mekanisme Realokasi Surplus Kurban Jawa yang berorientasi pada pemenuhan hak komunitas penerima, dengan mengintegrasikan kerangka pengaman syariah (fiqh safeguards).	Theil index turun 20% dalam 5 tahun
LAZ/OPZ	Optimalisasi tata kelola kurban menuntut adanya integrasi infrastruktur teknologi melalui arsitektur Open API, perluasan kolaborasi ekonomi makro bersama koperasi peternak di Indonesia Timur, dan penerapan standar audit syariah publik guna menjamin transparansi kelembagaan.	Pangsa peternak Timur: <5% → 15%
Akademisi & Peneliti	Pembentukan Indonesia Qurban Data Observatory yang terintegrasi dengan pelaksanaan studi longitudinal mengenai tren partisipasi Generasi Z	Database terbuka tahunan; 5+ paper Q1/tahun
Platform Digital	Pengembangan tata kelola ekonomi kurban yang inklusif menuntut adanya transparansi rantai pasok (supply chain transparency), penerapan insentif perdagangan berkeadilan (fair-trade premium) bagi peternak lokal, serta penegakan regulasi anti-monopoli guna mencegah pemusatan kapital.	Kode etik industri + sertifikasi independen
Ormas (NU/Muhammadiyah)	Penerapan fatwa sebagai jaring pengaman (safeguard) guna mencegah komersialisasi ibadah kurban, yang diintegrasikan dengan edukasi publik mengenai maqashid al-syariah (tujuan syariah) berdimensi spasial dan ekologis.	Fatwa/tarjih kurban digital; modul di >50% masjid

# Lima Pesan untuk Kita Bawa Pulang

---

1

*Ibadah kurban tidak seharusnya diposisikan sekadar sebagai aktivitas filantropi insidental, melainkan sebagai sebuah infrastruktur ketahanan sosio-pangan strategis yang saat ini masih mengalami defisit tata kelola (under-governed).*

2

*Praktik distribusi kurban di Indonesia saat ini berpotensi memperlebar disparitas sosial-ekonomi, alih-alih mereduksinya.*

3

*Inovasi digitalisasi tidak diposisikan untuk menyubstitusi peran sentral masjid, melainkan harus berkoeksistensi secara sinergis dengan institusi lokal tersebut.*

4

*Perempuan muslim tidak boleh direduksi sebatas sebagai kelompok penerima manfaat, melainkan harus diakui sebagai agen ekonomi yang representasinya masih sangat minim (underrepresented) dalam tata kelola filantropi Islam.*

5

*Pembentukan Indonesia Qurban Data Observatory menjadi suatu urgensi untuk mewujudkan tata kelola kurban yang berbasis bukti (evidence-based policy).*

## P E N U T U P

### REFLEKSI MAQASHID

# Penutup & Refleksi

*"Sesungguhnya tujuan syariat adalah mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh hamba—di dunia dan akhirat."*

— Imam al-Shaṭibi, *al-Muwafaqat*

### TIGA GERAKAN UNTUK TATA KELOLA KURBAN INDONESIA

**01** Pengetatan Batasan Klaim Empiris

**02** Rekonsiliasi Pendekatan Metodologis

**03** Inovasi Teoretis yang Eksploratif

*Diskusi malam ini membuka ruang dialog yang sangat berharga. Kehadiran suara dan analisis dari para ekonom syariah perempuan dipandang krusial untuk memperkaya perspektif, mengingat peran dan kontribusi intelektual mereka masih memerlukan ruang artikulasi yang lebih luas dalam debat tata kelola kurban.*

T E R I M A K A S I H

Prof. Nur Hidayah, Ph.D. • Ketua CSED INDEF