

Ibadah Kurban dalam Angka

(Otokritik Manajemen Ibadah Kurban)

ASYARI

Staf Pengajar Pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi

MOMEN hari raya Idul Adha terdapat kewajiban dalam bentuk pemberian daging kurban oleh kaum kaya (aghniya') kepada kaum miskin (fuqara'). Pemberian ini bukan hanya menyiratkan makna mendalam bahwa Idul Adha merupakan ritual yang mengandung makna kepedulian dan membumikan rasa empati kepada kaum miskin dengan kemiskinan yang mendera kehidupan mereka. Tapi lebih dari itu juga adalah momentum untuk mengangkat kehidupan mereka ke taraf yang lebih sejahtera dan bermartabat. Sisi ini sering terlupakan dan terabaikan.

Tulisan ini mencoba menggali potensi ekonomi dari ibadah kurban dan yang jika "digarap" secara serius dengan pendekatan manajemen yang jitu dapat dijadikan variabel yang berkontribusi pada perbaikan kehidupan ekonomi masyarakat muslim yang akhirnya akan meningkatkan ekonomi umat. Dengan demikian ibadah kurban tidak hanya berdimensi teologis *an sich* tapi berdimensi daya ungkit untuk membangkitkan ekonomi.

Ibadah kurban jamak dipahami sebagai ibadah dengan makna teologis. Sering dijadikan landasan firman Allah, dalam surat Al Kautsar ayat 1-2, "Sesungguhnya Kami telah memberikan kepadamu nikmat yang banyak. Maka dirikanlah shalat karena Tuhanmu; dan berkorbanlah." Dan hadist, Abu Hurairah berkata: bersabda Rasulullah: "Siapa yang memiliki kelapangan (harta) tapi ia tidak menyembelih kurban maka jangan sekali-kali ia mendekati mushala kami." (Riwayat Ahmad Ibnu Majah dan Ad Daruquthni). Memahami secara tekstual *nash* tersebut berimplikasi pada pemahaman ibadah kurban hanya semata ritual persembahan kepada Tuhan atas sebagian rezeki yang telah di-

karunia dan dianugrahi-Nya. Implikasi lainnya adalah makna kurban menjadi kurang kontekstual.

Sebagai ibadah tahunan, kurban memiliki potensi adanya permintaan (demand) secara tetap dengan jumlah (quantity demand) yang bervariasi terhadap hewan ternak; sapi, kerbau atau kambing. Demand kepada hewan ternak ini dapat datang dari pribadi, tokoh masyarakat, pemimpin yang akan melaksanakan sendiri ibadah kurban atau juga dari organisasi atau institusi pengelola kurban.

Permintaan (demand) kepada hewan ternak pada momen ibadah kurban ini dapat menciptakan pasar tersendiri terhadap hewan kurban. Di dalamnya terjadi transfer dan perputaran uang dalam jumlah besar, ekspektasi keuntungan yang besar, penciptaan lapangan kerja (job creation), dan peningkatan *income* secara *aggregate*. Dalam simulasi sederhana dapat dibuat dengan menggunakan Data Statistik Sumbar. Menurut Data Sumbar dalam Angka (BPS, 2014), jenis hewan kurban yang disembelih masyarakat muslim Sumatera Barat terdiri dari kambing, sapi dan kerbau. Data menjelaskan bahwa dalam 4 tahun terakhir jumlah hewan kurban dari tiga jenis tersebut menunjukkan peningkatan tiap tahun. Kambing, 4.474 ekor (2010) naik menjadi 5.023 ekor (2013), sapi 26.378 ekor (2010) naik menjadi 36.771 ekor (2013) dan kerbau, 191 (2010) naik 293 ekor (2013). Jumlah pekurban pun meningkat tiap tahun 180.939 orang (2010) naik

345.945 orang (2013).

Dengan memakai angka jumlah hewan kurban tahun 2013 dan menggunakan asumsi harga kambing 2 juta per ekor maka itu berarti ada Rp 10,04 miliar uang beredar untuk pembelian kambing, harga sapi Rp 15 juta per ekor, berarti uang yang beredar untuk pembelian hewan ini mencapai Rp 551,5 miliar, dan harga kerbau 18 juta per ekor menjadi Rp 5,2 miliar, maka nilai uang yang beredar menyambut Idul Adha dan pelaksanaan ibadah kurban mencapai sekitar Rp 566,74 miliar. Jika margin keuntungan bagi para peternak kambing, sapi dan kerbau rata-rata adalah sekitar 20%, itu berarti ada Rp 113,348 miliar uang beredar dan akan dapat dinikmati oleh para peternak yang kebanyakan berasal dari desa yang notabenehnya adalah masyarakat atau jamaah masjid di Sumatera Barat. Potensi-potensi ini akan terus melipat dan melejit seiring dengan semakin meningkatnya ketaatan masyarakat dalam mengamalkan ajaran agama dalam ibadah kurban.

Tentunya kalkulasi di atas mengungkapkan potensi-potensi ekonomi meliputi; perputaran uang, keuntungan dan *income*. Rhenald Kasali (2016), mengungkap bahwa ibadah kurban dapat dijadikan sebagai sebuah model *sharing economic* jika dikelola dengan manajemen modern. Petani atau peternak mendapat keuntungan yang wajar. Pekurban mendapat kambing, sapi dan kerbau dengan harga yang wajar. Begitulah "sharing economy"

kurban: mendistribusikan keuntungan kepada lebih banyak orang yakni kepada para petani dan peternak. "Sharing economy" kurban akan menciptakan *multiple effects* yang dahsyat; mulai dari penciptaan lapangan kerja hingga mengerem laju urbanisasi masyarakat desa keperkotaan karena alasan tidak ada pekerjaan.

Memperhatikan potensi-potensi ekonomi dari pelaksanaan ibadah kurban di atas sangat tepat mendapat tempat dan menjadi perhatian serius pengurus masjid/mushala tentu dengan bantuan pendampingan pemerintah, LSM dan organisasi/lembaga pemerhati ekonomi untuk membuat *action plan* (rencana aksi). *Action plan* diarahkan untuk menjadikan potensi ekonomi ini sebagai bidikan utama program Masjid dapat dikembangkan sebagai komunitas yang memiliki sentra-sentra kegiatan produksi peternakan yang dikelola oleh jamaah masjid atau juga kelompok-kelompok masyarakat sekitar masjid. Sentra kegiatan produksi ini akan berbasis masjid. Kebutuhan dan permintaan (demand) atas hewan kurban dapat dipenuhi oleh sentra-sentra kegiatan peternakan yang dikelola oleh masjid. Dengan menyediakan kebutuhan ini tentu secara tidak langsung akan menjadi model yang dapat memperpendek mata rantai pengadaan hewan kurban sebagaimana dilakukan sekarang. Mata rantai yang pendek akan dapat menciptakan *economic of scale* dalam bentuk efisiensi dan biaya rendah bagi usaha peternakan hewan kurban. Sehingga setiap tahun momen Idul Adha tidak hanya menjadi ritual teologis saja namun sekaligus juga menjadi suatu daya ungkit ekonomi umat secara *aggregate*. Kurban meningkat dan ekonomi melipat. Semoga! (*)