

TAJUK RENCANA

Biaya Haji Turun, Kado Pemerintah

DI awal tahun 2025 ini umat Islam Indonesia, khususnya yang akan menunaikan ibadah haji, mendapat kado dari pemerintah, yaitu penurunan biaya haji. Kalau tahun-tahun sebelumnya biaya haji lebih sering naik, pada haji tahun 2025 ini bisa diturunkan. Tentu hal ini harus disyukuri bersama.

Sebagaimana diberitakan KR, Selasa (7/1) lalu, pemerintah (dalam hal ini Kementerian Agama) dan Komisi VIII DPR RI telah menyepakati Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) 1446 H/2025 M turun jika dibandingkan biaya haji 2024. Disepakati, besaran BPIH untuk setiap jemaah haji reguler rata-rata sebesar Rp 89.410.258,79 dengan asumsi kurs 1 USD sebesar Rp 16.000 dan 1 SAR sebesar Rp 4.266,67. iRerata BPIH tahun 1446 H/2025 M sebesar Rp 89.410.258,79. Biaya ini turun dibanding rerata BPIH 2024 yang mencapai Rp 93.410.286,00,i terang Menag Nasaruddin Umar.

Seperti diketahui, BPIH terdiri dua komponen. Pertama, komponen yang dibayar langsung oleh jemaah haji atau disebut Biaya Perjalanan Ibadah Haji (Bipih). Kedua, komponen Nilai Manfaat yang bersumber dari hasil optimalisasi dana setoran awal jemaah haji. Penurunan BPIH berdampak pada turunnya Bipih yang harus dibayar jemaah dan Nilai Manfaat yang dialokasikan dari hasil optimalisasi setoran awal jemaah. ”Bipih yang dibayar jemaah, rata-rata sebesar Rp 55.431.750,78 atau 62% dari total BPIH 2025. Sisanya sebesar 38% atau rata-rata sebesar Rp 33.978.508,01 dialokasikan dari nilai manfaat,” sebut Menag.

Disebut rata-rata karena tiap embarkasi (pemberangkatan haji) berbeda-beda. Tergantung dengan jarak tempuh ke Arab Saudi, karena hal ini terkait dengan biaya penerbangan. Jemaah dari embarkasi Aceh tentu saja lebih murah. Sedang yang harus dibayar oleh jemaah dari embarkasi paling timur di Indonesia tentu saja lebih tinggi. Karena itu kalau nanti jemaah DIY-Jateng, yang insya Allah

menggunakan embarkasi Adisumarmo, masing-masing tidak membayar Rp 55.431.750,78, harap dimaklumi, misalnya membayar sampai Rp 56 juta atau Rp 57 juta. Untuk pembayaran pelunasannya masih menunggu Keppres yang akan merinci biaya haji dari tiap embarkasi.

Kesepakatan biaya haji tersebut oleh Ketua Komisi VIII DPR Marwan Dasopang dan Ketua Panja Haji Komisi VIII DPR RI, Abdul Wachid, Bersama rombongan sudah dilaporkan kepada Presiden Prabowo Subianto di Istana Kepresidenan Jakarta, Selasa (7/1). Selain menyampaikan terimakasih, kata Marwan, Presiden menyatakan belum puas atas penurunan biaya haji yang sekitar Rp 4 juta itu. Artinya, sebenarnya Presiden menginginkan penurunannya lebih banyak lagi. Karena itu, semoga biaya haji tahun 2026 nanti bisa diturunkan lagi dengan mencermati berbagai efisiensi yang bisa dilakukan dari penyelenggaraan haji 2025.

Sebenarnya, biaya haji turun itu sudah beberapa kali terjadi. Kenaikan paling tajam pada musim haji 2023 dan 2024 lalu. Menurut data yang dirilis Bank Indonesia melalui situs resminya, biaya haji 2014 yang dibayar per jemaah rata-rata Rp 40,03 juta. Kemudian tahun berikutnya, 2015, turun menjadi Rp 37,49 juta. Tahun 2016 turun lagi menjadi Rp34,60 juta. Tahun 2017 naik sedikit menjadi Rp 34,89 juta. Tahun 2018 naik jadi Rp 35,24 juta. Untuk tahun 2019 tetap sama, yaitu Rp 35,24 juta. Tahun 2020 dan 2021 tidak ada pemberangkatan haji dari Indonesia. Kemudian tahun 2022 naik menjadi Rp 39,89 juta. Tahun 2023 melonjak jadi Rp 49,9 juta dan tahun 2024 melonjak lagi menjadi Rp 56,04 juta.

Harapannya, pada masa pelunasan biaya haji nanti semua calon haji 2025 bisa melunasi biaya yang dibebankan tiap jemaah.Untuk itu, sejak sekarang mereka harus bersiap-siap dengan menyiapkan uang yang dibutuhkan. □-d

Setelah ‘Presidential Threshold’

PUTUSAN Mahkamah Konstitusi Nomor 62/PUU-XXII/2024 patut masuk dalam deretan *Landmark Decision* Pengadilan Indonesia. Setelah setidaknya melalui 33 kali proses *judicial review*, ketentuan mengenai ambang batas pencalonan presiden atau *presidential threshold* dibatalkan dan dibatalkan oleh Mahkamah Konstitusi. Selama ini, MK selalu mentok dengan klausa bahwa *presidential threshold* adalah konstitusional dan merupakan *open legal policy* pembentuk undang-undang, dalam hal ini pemerintah dan DPR.

Satu pertimbangan yang patut kita apresiasi bersama adalah MK menyatakan bahwa *presidential threshold* sekalipun adalah *open legal policy*, namun harus dikesampingkan demi melindungi kedaulatan rakyat dan hak pilih. Tentu saja, perlindungan atas hak pilih warga negara, sebagai instrumen penting hak asasi manusia, harus diutamakan dari pada aspek *open legal policy*. Artinya, memilih dan mengusulkan calon presiden adalah hak warga negara yang harus dilindungi dan diutamakan, jika hak itu terhalang oleh ketentuan *presidential threshold* 20% suara parlemen, maka sejatinya memang ketentuan *presidential threshold* itu yang harus dibatalkan. Konstitusi memang tidak menentukan dan mengatur mengenai *presidential threshold*, namun pengaturan 20% yang ada di UU Pemilu, jelas menyampingkan hak pilih dan melanggar prinsip demokrasi itu sendiri.

Tantangan ke Depan

Pasca Putusan MK Nomor 62/PUU-XXII/2024, muncul berbagai macam isu, terutama isu ipembangkan konstitusional DPR dan pemerintah sebagai lembaga pembentuk undang-undang. Ada skenario yang beredar bahwa DPR dan Pemerintah akan mengenyampingkan Putusan MK dalam UU Pemilu terbaru, artinya akan tetap mengakomodir eksistensi *presidential threshold*. Tentu kita berharap, wacana ini tidak akan pernah ditempuh oleh DPR dan pemerin-

Despan Heryansyah

tah, karena selain akan memunculkan gejolak penolakan masyarakat sipil di mana-mana, wacana ini juga akan semakin menjauhkan DPR sebagai wakil rakyat dengan rakyatnya sendiri karena perbedaan kehendak. Selain itu, jalan ini hampir dipastikan akan sia-sia karena UU baru yang disahkan nanti akan dibawa kembali MK untuk dibatalkan. Dengan logika yang sama, ketentuan *presidential threshold* juga akan dibatalkan kembali oleh MK.



KR-JOKO SANTOSO

Di luar itu, ada dua tantangan lain di depan yang patut menjadi pemikiran bersama pasca Putusan MK ini. Pertama, jika MK membatalkan ketentuan *presidential threshold*, yang artinya semua partai politik dapat mengusung dan mengusulkan calon Presiden dan/atau Wakil Presiden dalam pemilu, maka partai politik mana yang berhak untuk mencalonkan pasangan Presiden dan Wakil Presiden tersebut? Apakah semua partai peserta pemilu? Artinya partai politik yang dinyatakan lolos verifikasi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Atau kah hanya partai politik yang lolos *parlement threshold* saja yang dapat mengusung calon? Jika pilihan kedua yang diambil, pertanyaan berikutnya adalah kapan periode *parlement threshold* dihitung? Karena tidak

mungkin pada periode yang sama, mengingat pemilu presiden dan DPR diselenggarakan secara bersamaan. Jika menggunakan standar *parlement threshold* pemilu sebelumnya, apakah mencerminkan keadilan bagi partai baru pasca putusan MK nantinya?

Kedua, dihapuskannya *presidential threshold* atas dasar pertimbangan perlindungan demokrasi, hak pilih, dan kedaulatan rakyat, maka memantik pula wacana agar juga menghapuskan *parlement threshold*. Artinya, semua partai politik yang dinyatakan oleh KPU lolos verifikasi dan menjadi

peserta pemilu, sepanjang calon anggota DPR-nya mendapatkan suara terbanyak, maka dapat memiliki wakil di parlemen. Selain itu, skema ini akan relevan dengan penghapusan *presidential threshold* yang sebelumnya sudah dilakukan. Secara teknis, *parlement threshold* juga tidak dibutuhkan karena persyaratan menjadi peserta pemilu, sebagaimana akan diverifikasi oleh KPU sangat-lah berat, jadi cukup itu saja yang dibenahi dan menjadi pintu seleksi partai politik untuk memiliki wakil di parlemen. Sedang secara filosofis, adalah tidak *fair* jika ada seorang calon dari partai politik yang mendapatkan suara terbanyak di wilayah tertentu, namun gagal menjadi anggota DPR dan suaranya hangus karena partai politiknya tidak lolos *parlementer threshold*. Situasi ini *unfair* bukan saja bagi calon dan partai politik, namun juga bagi rakyat yang sudah memilihnya. □-d

*) *Despan Heryansyah*, Dosen dan Peneliti PSHK Fakultas Hukum UII.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 550 - 600 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPPA.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.
Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, **Terbit Perdana:** Tanggal 27 September 1945.
Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).
Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.
Komisaris: Mohammad Wirmon Samawi, SE., MIB.
Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.
Direktur Keuangan: Yuriya Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.
Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.
Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.
Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE
Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lampiont MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Supiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchna Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.
Kepala TU Langanan: Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklandryk23@yahoo.com, iklandryk13@gmail.com.
Langganan per bulan termasuk ”Kedaulatan Rakyat Minggu”... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris) . Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm. maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm .. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif . Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%
Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)
Alamat Percetakan: Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab percetakan
Alamat Homepage: http://www.kr.co.id dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio:** KR Radio 107.2 FM.
Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.
Perwakilan dan Biro:
Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. .
Wartawan : H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.
Semarang: Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil : Isdiyanto Isman SIP.
Banyumas : Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPD, Wakil : Driyanto.
Klaten : Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan : Sri Warsiti.
Kulonprogo : Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil : Asrul Sani.
Gunungkidul : Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan -
W wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.

‘Running’ sebagai Strategi ‘Sustainable Marketing’

BEBERAPA waktu terakhir, masyarakat Indonesia memiliki lonjakan luar biasa dalam hal lari sebagai gaya hidup dan aktivitas rekreasi. Dari maraton dan lari santai hingga kelompok jogging yang dipimpin komunitas. Tren ini tidak hanya mewakili kebugaran fisik, melainkan juga menjadi platform bagi bisnis untuk terhubung dengan konsumen, menumbuhkan loyalitas merek, dan mempromosikan kampanye pemasaran yang berkelanjutan.

Meningkatnya Tren Lari di Indonesia

Maraton, lari santai, dan jogging komunitas semakin populer, terutama di wilayah perkotaan Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan Bali. Acara seperti Jakarta Marathon, Bali Marathon, dan lari santai amal regional telah menarik banyak peserta selama bertahun-tahun. Berdasarkan data publikasi Garmin, jumlah pelari di Indonesia akan meningkat 3 kali lipat pada tahun 2024. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan meningkatnya minat terhadap kesehatan dan kebugaran, tetapi juga menunjukkan bahwa lari telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Platform media sosial semakin memperkuat tren ini, dengan orang Indonesia membagikan pencapaian mereka dengan menggunakan tagar populer atau membagikan momen lari berupa foto atau video.

Merek Lokal Indonesia Mendukung Tren Lari

Beberapa merek Indonesia secara aktif terlibat dalam mendukung dan menyelenggarakan acara lari, dengan mengintegrasikan isu sosial dan lingkungan ke dalam kampanye mereka seperti diantaranya:

- Eiger: Indonesia Hijau Run
Terkenal dengan perlengkapan luar ruangnya, Eiger menyelenggarakan Indonesia Hijau Run di Bandung pada tahun 2022. Acara ini menekankan keberlanjutan lingkungan, mendorong peserta untuk membawa botol minum sendiri yang dapat digunakan kembali, dan mempromosikan perlengkapan lari yang ramah lingkungan.
- Ultra Milk: Jakarta Fun Run 2022
Merek susu populer Indonesia, Ultra Milk, menggunakan Jakarta Fun Run 2022 sebagai kesempatan untuk mem-

Vonezyo Yupanzara

promosikan gaya hidup berkelanjutan. Mereka menyediakan karton minuman yang dapat terurai secara hayati bagi para peserta, mendorong daur ulang, dan menyumbangkan sebagian biaya pendaftaran ke koperasi petani setempat.

Pendekatan Pemasaran Berkelanjutan dalam Acara Lari

Kombinasi acara lari dan keberlanjutan menawarkan cara yang berdampak bagi bisnis untuk memasarkan merek mereka sekaligus berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan. Strategi yang berhasil meliputi:

- Sustainable Merchandise
Menyediakan perlengkapan lari ramah lingkungan (misalnya, kaus yang terbuat dari bahan daur ulang atau botol yang dapat digunakan kembali) tidak hanya menarik bagi konsumen yang peduli lingkungan, tetapi juga memperkuat etos keberlanjutan merek tersebut.
- Green Event Logistic
Mendorong pengurangan limbah dengan meminimalkan penggunaan plastik, mengadopsi tiket digital, dan memperkenalkan opsi transportasi ramah lingkungan bagi peserta adalah pendekatan yang efektif.
- Tantangan Digital
Melibatkan masyarakat secara daring melalui aplikasi pelacakan kebugaran, perlombaan virtual, dan kampanye keberlanjutan adalah strategi efektif lain-

nya.

Dampak bagi Bisnis

Menjalankan acara yang berakar pada keberlanjutan bermanfaat bagi bisnis karena:

- Meningkatkan Citra Merek.
Menghubungkan merek dengan tujuan positif meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.
 - Memperluas Jangkauan Pasar.
Acara secara alami mengumpulkan kelompok besar, menciptakan peluang untuk pemasaran dan kolaborasi.
 - Mempromosikan Nilai.
Kampanye bertema keberlanjutan selaras dengan meningkatnya fokus konsumen pada tanggung jawab lingkungan dan sosial.
- Tren lari di Indonesia menyediakan platform yang kuat bagi bisnis untuk terlibat dengan konsumen sambil mempromosikan keberlanjutan. Merek-merek yang melakukan cara tersebut menggambarkan posisi bisnis dapat memanfaatkan gerakan ini untuk mendorong kampanye berdampak yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Bisnis yang mengutamakan pendekatan yang autentik dan berorientasi pada nilai akan memperoleh kepercayaan konsumen sekaligus keunggulan kompetitif. □-d

*) *Vonezyo Yupanzara Dharomesz SE MBA*, Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pojok KR

Gejala HMPV mirip flu biasa.
-- Harus berusaha jangan sampai kena.

Bencana hidrometeorologi perlu diwaspadai.
-- Harus siap siaga kapan saja.

Dilarang jual dan konsumsi bangkai ternak.
-- Bisa membahayakan kesehatan manusia.

Berabe