Social Investment
Knowledge Pod

Wadah artikulasi gagasan dan riset tentang investasi sosial yang memperkuat akuntabilitas, nilai keberlanjutan, dan kolaborasi lintas sektor.

Social Investment Indonesia

Artikel No. 140, Maret 2026

Mudik Bukan Sekadar Pulang Kampung

Menghitung Nilai Sosial Tradisi Lebaran dengan Perspektif Social Return on Investment



Oleh:
Purnomo
Senior Advisor
Social Investment Indonesia
Email: purnomo@socialinvestment.id

Abstrak

Artikel ini menganalisis fenomena mudik Lebaran di Indonesia melampaui aspek transportasi, dengan menggunakan pendekatan *Social Return on Investment* (SROI). Melalui kerangka *Theory of Change*, mudik dipetakan sebagai investasi sosial yang menghasilkan *outcome* berupa penguatan relasi keluarga, redistribusi ekonomi ke wilayah perdesaan, dan reproduksi modal sosial. Berdasarkan simulasi dampak, setiap Rp1 investasi perjalanan keluarga menghasilkan nilai sosial bersih sebesar Rp1,3. Meskipun terdapat dampak negatif seperti emisi karbon dan risiko perjalanan, nilai manfaat sosial tetap dominan. Studi ini menyimpulkan bahwa mudik merupakan mekanisme sosial-ekonomi strategis yang menjaga kohesi masyarakat urban-migran, sehingga kebijakan pengelolaan mudik sejatinya adalah investasi untuk mempertahankan fondasi kesejahteraan sosial nasional.

Setiap tahun menjelang Idul Fitri, Indonesia mengalami sebuah fenomena sosial yang luar biasa: jutaan orang bergerak pulang menuju kampung halaman mereka dalam waktu yang hampir bersamaan. Jalan tol dipenuhi kendaraan, stasiun dan terminal dipadati penumpang, sementara bandara mengalami lonjakan mobilitas yang signifikan. Dalam kurun waktu hanya beberapa hari, ratusan juta orang melakukan perjalanan lintas kota dan lintas pulau.

Fenomena ini dikenal sebagai **mudik**.



Menurut survei nasional yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, jumlah pemudik pada tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar 193,6 juta orang. Angka ini berarti lebih dari dua pertiga penduduk Indonesia melakukan mobilitas perjalanan selama periode Lebaran. Dalam skala global, mobilitas massal seperti ini jarang terjadi dalam waktu yang begitu singkat.

Selama ini, pembahasan mengenai mudik sering kali berfokus pada persoalan transportasi: kemacetan jalan raya, lonjakan penumpang kereta api, atau strategi pemerintah dalam mengelola arus lalu lintas. Namun jika dilihat lebih luas, mudik sebenarnya merupakan fenomena sosial yang jauh lebih kompleks. Ia bukan sekadar perjalanan pulang kampung, tetapi juga praktik sosial yang melibatkan hubungan keluarga, aliran ekonomi, dan dinamika jaringan sosial masyarakat.

Karena itu muncul pertanyaan yang menarik: **apakah tradisi mudik menghasilkan nilai sosial yang lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan masyarakat untuk melakukannya?**

Pendekatan Social Return on Investment (SROI) memberikan perspektif yang berbeda untuk melihat fenomena ini. Alih-alih hanya menghitung biaya perjalanan atau dampak ekonomi langsung, pendekatan ini mencoba mengidentifikasi berbagai hasil-keluaran (outcome) sosial yang muncul dari suatu aktivitas dan kemudian memperkirakan nilai sosial dari perubahan tersebut.

Pendekatan ini dikembangkan dalam praktik pengukuran dampak sosial oleh Social Value International untuk membantu

memahami bagaimana suatu aktivitas menghasilkan nilai sosial yang sering kali tidak tercermin dalam ukuran ekonomi konvensional.

Mudik dan Ekonomi Relasi Keluarga

Dalam masyarakat Indonesia yang semakin urban, hubungan keluarga sering kali harus berhadapan dengan jarak geografis. Banyak individu bekerja di kota besar sementara orang tua dan kerabat tetap tinggal di desa asal. Mobilitas ekonomi ini secara perlahan menciptakan jarak sosial dalam kehidupan keluarga.

Mudik menjadi momen penting untuk menjembatani jarak tersebut.

Pertemuan kembali antara anak dan orang tua, antara saudara yang telah lama berpisah, atau antara anggota keluarga besar yang tersebar di berbagai kota memiliki makna emosional yang sangat kuat. Dalam kehidupan modern yang semakin sibuk, kesempatan seperti ini sering kali hanya terjadi sekali dalam setahun.

Kajian tentang ekonomi kebahagiaan menunjukkan bahwa kualitas hubungan sosial merupakan salah satu faktor terpenting dalam kesejahteraan manusia. Ekonom kesejahteraan seperti Richard Layard menunjukkan bahwa relasi sosial yang kuat memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kebahagiaan individu.

Dalam konteks ini, mudik dapat dipahami sebagai mekanisme sosial yang membantu menjaga **kualitas relasi keluarga** dalam masyarakat yang semakin mobile.

Redistribusi Ekonomi dari Kota ke Desa

Mudik juga memiliki implikasi ekonomi yang tidak kecil. Ketika jutaan orang kembali ke kampung halaman, mereka membawa uang, hadiah, serta berbagai bentuk konsumsi rumah tangga. Aktivitas ini menciptakan aliran ekonomi yang cukup besar dari kota menuju desa.

Menurut laporan dari Bank Indonesia, periode Ramadan dan Lebaran secara konsisten menjadi salah satu momentum peningkatan konsumsi rumah tangga terbesar dalam perekonomian nasional. Di banyak daerah, kedatangan pemudik bahkan menjadi salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi lokal.

Pasar tradisional menjadi lebih ramai, warung makan mengalami peningkatan pelanggan, dan berbagai usaha kecil memperoleh tambahan pendapatan. Uang yang dibawa pemudik juga sering digunakan untuk membantu keluarga di desa dalam bentuk uang tunai, hadiah, atau dukungan ekonomi lainnya.

Dalam konteks ini, mudik dapat dipahami sebagai **mekanisme redistribusi ekonomi informal** yang mengalirkan kembali sebagian pendapatan perkotaan ke wilayah asal migran.

Modal Sosial dan Reproduksi Komunitas

Selain memiliki dimensi ekonomi, mudik juga memainkan peran penting dalam menjaga keberlanjutan jaringan sosial di tingkat komunitas. Selama periode Idul Fitri, berbagai aktivitas sosial seperti halal bihalal, pertemuan keluarga besar, serta

kegiatan bersama di lingkungan desa kembali hidup dan menghadirkan ruang interaksi yang jarang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pertemuan-pertemuan tersebut, hubungan sosial yang mungkin telah lama terputus diperbarui kembali, sementara ikatan kekeluargaan dan kekerabatan diperkuat.

Dalam perspektif sosiologi, proses ini dapat dipahami sebagai bagian dari **reproduksi modal sosial**, yaitu proses di mana jaringan kepercayaan, norma bersama, dan relasi sosial dalam masyarakat terus diperbarui dan dipertahankan dari waktu ke waktu. Konsep modal sosial sendiri banyak dibahas dalam karya-karya sosiologi modern, terutama oleh Pierre Bourdieu yang melihatnya sebagai sumber daya yang muncul dari jaringan relasi sosial, serta oleh Robert D. Putnam yang menekankan pentingnya kepercayaan dan partisipasi sosial dalam memperkuat kohesi masyarakat. Dalam kerangka ini, mudik dapat dipahami sebagai mekanisme sosial yang secara periodik mempertemukan kembali anggota komunitas yang tersebar di berbagai kota, sehingga jaringan sosial yang menjadi fondasi kehidupan bersama tetap terpelihara.

Theory of Change Mudik

Jika dilihat melalui perspektif perubahan sosial, mudik sebenarnya mengikuti alur yang cukup jelas. Mobilitas ekonomi mendorong banyak individu meninggalkan kampung halaman untuk bekerja di kota. Seiring waktu, jarak geografis ini berpotensi melemahkan hubungan keluarga dan jaringan sosial komunitas.

Momentum Lebaran kemudian menjadi titik balik tahunan yang mempertemukan kembali individu-individu tersebut dengan keluarga dan komunitas asal mereka. Perjalanan pulang memicu berbagai interaksi sosial: pertemuan keluarga, silaturahmi dengan kerabat, serta partisipasi dalam kegiatan komunitas.

Interaksi tersebut menghasilkan beberapa perubahan penting. Hubungan keluarga diperbarui, jaringan sosial diperkuat, dan identitas komunitas kembali ditegaskan. Pada saat yang sama, uang dan konsumsi yang dibawa pemudik menggerakkan ekonomi lokal di desa.

Dalam jangka panjang, proses ini membantu menjaga keterhubungan antara migrasi ekonomi dan keberlanjutan komunitas asal.

Impact Map Mudik

Dalam analisis SROI, perubahan sosial biasanya dipetakan dalam sebuah **impact map** yang menunjukkan hubungan antara pemangku kepentingan, outcome yang dialami, serta estimasi nilai sosial dari perubahan tersebut.

Berikut adalah contoh **impact map sederhana untuk fenomena mudik** pada tingkat rumah tangga pemudik.

Stakeholder	Outcome	Indikator	Financial Proxy	Jenis Proxy	Nilai Awal	Deadweight	Net Value
Keluarga inti	Kebahagiaan keluarga meningkat	Pertemuan keluarga	Nilai kesejahteraan relasi sosial	Wellbeing valuation	3.000.000	20%	2.400.000
Keluarga di desa	Transfer ekonomi keluarga	Uang/hadiah pemudik	Nilai transfer rumah tangga	Market value	2.500.000	10%	2.250.000
Komunitas desa	Penguatan jaringan sosial	Silaturahmi komunitas	Biaya kegiatan sosial	Replacement cost	1.500.000	20%	1.200.000
Ekonomi lokal	Stimulus ekonomi desa	Belanja pemudik	Konsumsi lokal	Market price	2.000.000	15%	1.700.000
Pengguna jalan	Waktu hilang	Tambahan waktu perjalanan	Nilai waktu	Opportunity cost	-500.000	0%	-500.000
Pemudik	Risiko kecelakaan	Probabilitas kerugian	Expected cost	Risk valuation	-300.000	0%	-300.000
Lingkungan	Emisi karbon	Emisi CO_2 perjalanan	Social cost of carbon	Environmental proxy	-200.000	0%	-200.000

Rekapitulasi Nilai Dampak

Berdasarkan estimasi dalam *impact map* sebelumnya, total nilai hasil-keluaran (outcome) positif yang dihasilkan oleh aktivitas mudik—setelah dikoreksi dengan faktor *deadweight*—diperkirakan mencapai sekitar Rp7.550.000 per keluarga. Nilai ini berasal dari beberapa perubahan utama, antara lain meningkatnya kebahagiaan dan kedekatan keluarga, transfer ekonomi kepada keluarga di desa, penguatan jaringan sosial komunitas, serta stimulus konsumsi yang mendorong ekonomi lokal selama periode Lebaran.

Namun demikian, mudik juga menghasilkan sejumlah dampak negatif yang perlu diperhitungkan dalam analisis. Dampak tersebut antara lain waktu produktif yang hilang akibat kemacetan perjalanan, risiko kecelakaan transportasi, serta biaya sosial yang berkaitan dengan emisi karbon dari mobilitas massal. Berdasarkan estimasi sederhana, total nilai dampak negatif tersebut diperkirakan sekitar Rp1.000.000 per keluarga.

Jika dampak negatif tersebut dikurangkan dari total dampak positif, maka diperoleh nilai dampak sosial bersih (*net outcome*) sekitar Rp6.550.000 per keluarga pemudik. Angka ini menggambarkan nilai perubahan sosial yang dihasilkan oleh tradisi mudik setelah mempertimbangkan konsekuensi negatif yang menyertainya.

Investment (Input)

Dalam kerangka analisis Social Return on Investment, biaya yang dikeluarkan untuk

menjalankan suatu aktivitas diperlakukan sebagai investment (input). Dalam konteks mudik, investasi utama yang dikeluarkan rumah tangga adalah biaya perjalanan, yang mencakup tiket transportasi, bahan bakar kendaraan, tarif tol, serta berbagai pengeluaran terkait perjalanan lainnya.

Berdasarkan estimasi rata-rata pengeluaran rumah tangga pemudik, biaya perjalanan tersebut diperkirakan sekitar Rp5.000.000 per keluarga. Nilai ini kemudian digunakan sebagai basis investasi dalam perhitungan rasio SROI.

Rasio SROI Mudik

Rasio Social Return on Investment (SROI) dihitung dengan membandingkan nilai dampak sosial bersih yang dihasilkan dengan investasi yang dikeluarkan untuk menghasilkan dampak tersebut. Secara sederhana, rumus yang digunakan adalah:

$$SROI = \frac{Net\ Outcome}{Investment}$$

Berdasarkan estimasi yang digunakan dalam tulisan ini, nilai net outcome sebesar Rp6.550.000 dibandingkan dengan investment sebesar Rp5.000.000. Dengan demikian diperoleh rasio:

$$SROI \approx 1{,}3$$

Artinya, setiap **Rp1 yang diinvestasikan oleh rumah tangga untuk melakukan perjalanan mudik menghasilkan sekitar Rp1,3 nilai sosial bersih** dalam bentuk penguatan hubungan keluarga, aktivitas ekonomi lokal, serta dinamika sosial komunitas.

Dari perspektif kebijakan publik, temuan ini menunjukkan bahwa tradisi mudik tidak hanya merupakan fenomena budaya, tetapi juga menghasilkan nilai sosial yang nyata bagi masyarakat. Dengan demikian, berbagai upaya pemerintah untuk meningkatkan keselamatan perjalanan, mengurangi kemacetan, dan memperbaiki sistem transportasi selama musim mudik pada dasarnya merupakan investasi untuk menjaga dan memperbesar nilai sosial tersebut.

Jika estimasi ini secara hipotetis diperluas ke tingkat nasional—dengan asumsi sekitar **48 juta keluarga melakukan mudik**—maka nilai sosial yang dihasilkan oleh tradisi ini dapat mencapai **ratusan triliun rupiah setiap tahun**, menjadikan mudik bukan hanya fenomena budaya, tetapi juga salah satu mekanisme sosial-ekonomi terbesar dalam masyarakat Indonesia.

Pada akhirnya, jika dilihat melalui lensa nilai sosial, mudik bukan sekadar perjalanan pulang kampung, melainkan sebuah investasi kolektif masyarakat Indonesia untuk merawat hubungan keluarga, menjaga kohesi sosial, dan menghidupkan kembali ekonomi komunitas setiap tahun.

Sensitivity Analysis

Karena estimasi SROI bergantung pada sejumlah asumsi, penting untuk melihat bagaimana perubahan asumsi memengaruhi hasil akhir. Jika nilai kebahagiaan keluarga diturunkan sebesar 25 persen, rasio SROI turun menjadi sekitar **1,15**. Sebaliknya, jika pengeluaran konsumsi

pemudik di desa meningkat 20 persen, rasio SROI dapat meningkat hingga sekitar **1,45**.

Hasil ini menunjukkan bahwa bahkan dengan asumsi yang lebih konservatif, **nilai sosial mudik tetap cenderung lebih besar dibandingkan investasi yang dikeluarkan masyarakat.**

Keterbatasan

Perhitungan dalam tulisan ini masih merupakan **simulasi berbasis asumsi**, bukan pengukuran dampak sosial yang lengkap. Dalam analisis SROI yang komprehensif, estimasi nilai biasanya didukung oleh survei pemangku kepentingan, pengukuran perubahan kesejahteraan secara empiris, serta koreksi metodologis lain seperti *deadweight, attribution*, dan *drop-off*.

Karena itu, angka yang disajikan di sini sebaiknya dipahami sebagai **kerangka analitis awal untuk melihat potensi nilai sosial mudik**, bukan sebagai pengukuran definitif.

Penutup

Setiap tahun, jutaan orang Indonesia melakukan perjalanan panjang untuk pulang ke kampung halaman. Mereka menghadapi kemacetan, kelelahan, dan biaya perjalanan yang tidak sedikit. Namun di balik semua itu terdapat sesuatu yang jauh lebih mendasar: keinginan untuk kembali terhubung dengan keluarga dan komunitas.

Dilihat melalui perspektif Social Return on Investment, mudik dapat dipahami sebagai **investasi sosial tahunan masyarakat Indonesia**. Ia memperkuat hubungan keluarga, mengalirkan sumber daya ekonomi ke desa, serta menjaga kohesi sosial dalam masyarakat yang semakin mobile.

Dengan cara pandang ini, mudik bukan sekadar perjalanan pulang kampung. Ia adalah mekanisme sosial yang membantu mempertahankan fondasi kehidupan bersama dalam masyarakat Indonesia yang terus berubah.

PERNYATAAN UMUM *(DISCLAIMER)*

Seluruh penunjukan, pendapat, dan ekspresi yang disampaikan dalam publikasi ini sepenuhnya merupakan tanggung jawab penulis. Isi tulisan tidak selalu mencerminkan pandangan resmi Social Investment Indonesia maupun mitra-mitra strategisnya, terutama dalam hal yang berkaitan dengan isu hukum, batas teritorial, dan kelembagaan. Setiap analisis, interpretasi, dan sudut pandang yang digunakan disampaikan dalam kerangka akademik dan dialogis, serta tidak dimaksudkan untuk mewakili posisi institusional organisasi manapun.

TENTANG SOCIAL INVESTMENT INDONESIA (SII)

Social Investment Indonesia (SII) adalah inisiatif independen yang mendorong praktik investasi sosial yang berdampak, terukur, dan kolaboratif untuk mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan. Melalui layanan pengetahuan, fasilitasi multipihak, dan verifikasi dampak, SII berupaya memperkuat tata kelola sosial yang inklusif dan berbasis nilai.

Social Investment Indonesia

E-mail:

Social Investment Indonesia