BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah umrah adalah sebuah kegiatan religius yang memiliki nilai spiritual tinggi untuk umat Muslim. Dalam pelaksanaannya, para jemaah memerlukan bukan hanya kesiapan fisik, mental, dan sumber daya keuangan, tetapi juga perlu adanya dukungan layanan yang profesional dari penyelenggara umrah. Pelayanan dari biro perjalanan umrah memiliki dampak besar terhadap tingkat kenyamanan, keamanan, serta kekhusyukan jemaah saat menjalani rangkaian ibadah. Oleh karena itu, penyelenggara umrah seharusnya tidak hanya fokus pada keuntungan komersial, melainkan juga harus memberikan perhatian pada nilai-nilai etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Penerapan prinsip etika bisnis dalam konteks Islam menjadi faktor penting untuk mempertahankan kepercayaan jemaah sekaligus mewujudkan pelayanan yang berkualitas, transparan, dan penuh tanggung jawab. Dalam hal ini, studi mengenai etika bisnis Islam dalam layanan ibadah umrah menjadi relevan untuk dilakukan, terutama di saat permintaan masyarakat akan pelayanan ibadah yang aman dan dapat dipercaya semakin meningkat.

Meningkatnya ekonomi umat Muslim di Indonesia juga berpengaruh pada jumlah umat yang melakukan ibadah umrah. Fenomena

ini mencerminkan bahwa permintaan untuk layanan perjalanan umrah semakin meningkat, sehingga membuka kesempatan bagi penyedia layanan perjalanan ibadah umrah untuk mengembangkan bisnis dan menawarkan pelayanan yang lebih memuaskan kepada calon jemaah. "Menurut data Kemenag melalui SISKOPATUH, dari tahun 2022 hingga 13 April 2025 jumlah jemaah umrah dari Indonesia tercatat 648.485 orang**,** menunjukkan bahwa layanan ibadah umrah di Indonesia terus meningkat seiring dengan bertambahnya umat Islam yang secara finansial mampu menunaikan ibadah tersebut.[1]

Kondisi seperti ini mendorong semakin banyak penyedia layanan perjalanan umrah untuk memperkenalkan berbagai ragam paket dan fasilitas kepada para calon jemaah. Dengan demikian, kompetisi di antara penyelenggara umrah ditentukan tidak hanya oleh mutu pelayanan yang mereka tawarkan, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sesuai dengan Islam. Penerapan nilai-nilai seperti *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabligh* (komunikatif), dan *Fathonah* (bijaksana) menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap biro perjalanan umrah. Oleh karena itu, bertambahnya jumlah jemaah umrah di Indonesia mendorong setiap penyelenggara untuk mengedepankan tidak hanya aspek keuntungan, tetapi juga kualitas

[1] Asri Novitasari, Jumlah Jamaah Umroh Indonesia Tahun 2025 Terus Meningkat, di akses pada tanggal 05 juni 2025, https://rri.co.id/daerah/1455691/jumlah-jamaah-umroh-indonesia-tahun-2025-terus-meningkat

pelayanan yang bertanggung jawab dan sejalan dengan ajaran Islam, agar kepuasan serta kepercayaan jemaah tetap terjaga.

Untuk mengatasi beragam masalah dalam industri layanan umrah, penerapan etika bisnis Islam yang berlandaskan pada sifat-sifat Rasulullah saw sangatlah penting, seperti *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabligh* (komunikatif), dan *Fathonah* (bijaksana). Keempat sifat ini berfungsi sebagai pedoman bagi agen perjalanan umrah dalam menawarkan layanan yang jujur, bertanggung jawab, dan berkualitas. Oleh karena itu, hal ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan serta memberikan manfaat bagi para jemaah.[2]

Salah satu biro perjalanan yang berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah Samira Travel. Sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang memiliki izin resmi dari Kementerian Agama serta reputasi baik di masyarakat, Samira Travel berkomitmen memberikan pelayanan yang profesional, aman, dan berlandaskan nilai-nilai Islam. Pelayanan yang diberikan secara menyeluruh sejak jemaah mendaftar hingga keberangkatan di Bandara Syamsudin Noor, mencakup sejumlah kegiatan penting yang dirancang untuk memastikan kenyamanan dan ketenangan jamaah. Samira Travel mengelola rangkaian pelayanan secara

[2] An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam* (Kasus-Kasus Kontemporer, IAIN Parepare Nusantara Press, Sulawesi Selatan, 2022, hlm. 3

terstruktur, mulai dari proses pendaftaran yang dilakukan dengan teliti melalui verifikasi data dan kelengkapan berkas perjalanan, sehingga potensi kendala administratif dapat diminimalkan. Transparansi informasi juga menjadi bagian penting dalam layanannya. Samira Travel memberikan penjelasan yang jelas mengenai pilihan paket umrah, fasilitas yang diterima jemaah, serta rincian biaya yang disampaikan secara terbuka dan jujur sesuai prinsip *shiddiq dan amanah.*

Keunggulan ini menjadikan Samira Travel menarik untuk diteliti karena di tengah maraknya kasus penipuan umrah, ketidaktransparanan biaya, serta pelayanan yang tidak sesuai janji, Samira Travel justru berupaya menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara nyata. Perusahaan ini menunjukkan praktik bisnis yang konsisten dengan nilai *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabligh* (komunikatif), dan *Fathonah* (bijaksana). Implementasi nilai-nilai tersebut tidak hanya memperkuat kepercayaan jemaah, tetapi juga memberikan contoh bagaimana biro perjalanan dapat mengoperasikan bisnis dengan integritas dan profesionalisme.

Samira Travel adalah sebuah agen perjalanan umrah yang menawarkan berbagai layanan untuk para jemaah, mulai dari proses pendaftaran, pengelolaan administrasi, penawaran bimbingan manasik, hingga pendampingan selama pelaksanaan ibadah umrah. Dalam operasionalnya, terlihat adanya penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam

yang menjadi dasar dalam memberikan pelayanan kepada para jemaah. Prinsip-prinsip tersebut mencakup kejujuran dalam menyampaikan informasi, tanggung jawab dalam mengelola amanah jemaah, penyampaian edukasi dan informasi yang sesuai, serta profesionalisme dalam menjalankan layanan. Namun, seberapa jauh prinsip-prinsip ini diterapkan dalam pelayanan ibadah umrah di Samira Travel Banjarmasin masih perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah umrah untuk memahami bagaimana nilai-nilai Islam diimplementasikan dalam praktik pelayanan yang diberikan kepada para jemaah.

Dalam dunia bisnis, terutama dalam layanan perjalanan ibadah umrah, penerapan etika bisnis Islam menjadi elemen yang krusial dalam membangun rasa percaya dan kepuasan pelanggan. Etika bisnis Islam tidak hanya disoroti dari segi keuntungan materi, tetapi juga memberikan penekanan pada nilai-nilai moral dan spiritual yang seharusnya diintegrasikan pada setiap aspek bisnis. Dengan menerapkan nilai-nilai ini, diharapkan mampu terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan serta mendukung kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

Salah satu metode untuk menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam dapat dilihat dari sifat Rasulullah saw, yang meliputi *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (komunikatif), dan *fathonah* (bijaksana). Keempat karakter ini berfungsi sebagai pedoman dalam memberikan layanan yang bermutu, jelas, dan bertanggung jawab kepada

para pelanggan. Dalam konteks pelaksanaan ibadah umrah, penerapan nilai-nilai ini sangat krusial karena berkaitan dengan layanan untuk jemaah yang hendak melaksanakan ibadah di Tanah Suci.

Samira Travel Banjarmasin merupakan salah satu agen perjalanan umrah yang berkomitmen untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam operasional pelayanannya. Ini dapat diamati dari keterbukaan informasi kepada jemaah, tanggung jawab dalam pengelolaan layanan, penyampaian informasi dan panduan ibadah dengan jelas, serta pengelolaan layanan yang dilakukan secara profesional. Penerapan nilai-nilai ini tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan kualitas pelayanan, tetapi juga membantu dalam membangun kepercayaan dan citra positif perusahaan di tengah kompetisi yang semakin ketat dalam industri perjalanan umrah.

Pelayanan yang dilakukan dengan integritas, tanggung jawab, dan fokus pada kepuasan jemaah memiliki potensi untuk menciptakan kesetiaan dari pelanggan. Ini terlihat ketika jemaah yang puas merekomendasikan Samira Travel kepada sanak saudara setelah mereka menggunakan layanan perusahaan tersebut. Kepercayaan yang diberikan oleh jemaah menjadi salah satu hal yang penting untuk mengevaluasi keberhasilan penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan yang dilakukan.

Sebaliknya, jika sebuah perusahaan yang menyelenggarakan perjalanan umrah tidak menerapkan etika bisnis Islam dan mengabaikan prinsip-prinsip syariat dalam layanannya, maka tingkat kepercayaan

masyarakat bisa menurun yang dapat mengakibatkan berbagai isu yang mengganggu kelangsungan usaha. Oleh sebab itu, sangat penting untuk mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah umrah.

Melihat latar belakang tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah umrah di Samira Travel Banjarmasin. Temuan dari penelitian ini dijelaskan dalam sebuah skripsi yang berjudul "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Ibadah Umrah pada Samira Travel Banjarmasin".

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah tersebut, maka diambil suatu rumusan masalah penelitian: Bagaimana penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah umrah Samira Travel Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan adalah untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah umrah pada Samira Travel Banjarmasin.

D. Signifikasi Penelitian

Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan baik dari segi teori maupun dari segi praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil Temuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi bidang Ilmu Manajemen Dakwah, khususnya berkaitan dengan pandangan mengenai etika bisnis Islam dalam lembaga bisnis yang bercirikan Islam.

2. Secara Praktis

   Hasil dari riset ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan etika bisnis dalam konteks Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menetapkan batasan yang jelas mengenai ruang lingkup kajian dan mencegah munculnya perbedaan pemahaman terhadap istilah yang digunakan, sangat penting untuk menyusun definisi operasional sebagai panduan dalam penelitian ini. Tujuan dari definisi operasional adalah untuk menguraikan konsep-konsep yang menjadi inti penelitian sehingga lebih gampang untuk dipahami serta diukur.

Dalam penelitian ini, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam penyelenggaraan ibadah umrah akan dianalisis melalui empat aspek utama yang mencerminkan sifat-sifat Nabi Muhammad saw, yakni shiddiq (kejujuran), amanah (kepercayaan), tabligh (menyampaikan informasi), dan fathonah (kecerdasan). Keempat aspek ini menjadi pusat perhatian dalam menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam layanan ibadah umrah yang diselenggarakan oleh Samira Travel Banjarmasin.

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam mencakup berbagai tindakan etis di dunia bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dilandasi oleh nilai-nilai syari'ah yang menekankan pada hal-hal yang diperbolehkan dan yang dilarang. Dengan demikian, tindakan etis tersebut adalah tindakan yang sejalan dengan perintah Allah dan menghindari larangan-Nya. Sementara itu, menurut Djakfar, etika bisnis dalam konteks Islam merupakan pedoman-pedoman etika yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang harus menjadi referensi bagi setiap individu dalam menjalankan kegiatan bisnis.[3]

Banyak orang beranggapan bahwa bisnis tidak bisa sejalan dengan agama. Hal tersebut tentu bisa disanggah karena Islam sendiri telah menetapkan kriteria berbisnis yang sesuai dengan prinsip Islami. Dari keberagaman bisnis travel umroh dan haji di Kota Banjarmasin dapat menghadirkan inovasi baru yang mampu menarik calon jemaah. Berdasarkan pendapat para ahli, etika bisnis dalam Islam berfungsi sebagai panduan perilaku untuk melaksanakan aktivitas usaha yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis serta mengikuti hukum syariat Islam. Dalam penelitian ini, etika bisnis Islam difokuskan pada empat karakter Rasulullah saw., yaitu shiddiq (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), tabligh (komunikatif), dan fathanah (bijaksana).

2. Pelayanan Ibadah Umrah

[3] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 30.

Pelayanan menurut Sugiarto adalah usaha terbaik yang dilakukan oleh petugas layanan dari sebuah perusahaan industri guna memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan.[4]

Secara bahasa, umrah diartikan sebagai kunjungan atau ziarah. Secara Istilah, umrah berarti mendatangi Ka'bah untuk melaksanakan ibadah dengan mengikuti tata cara tertentu, yaitu melakukan thawaf, sa'i antara Shafa dan Marwah, serta tahallul. Dalam kajian ini, pelayanan umrah mencakup berbagai aspek yang luas. Namun, untuk memperjelas fokus penelitian dan memudahkan analisis, peneliti menetapkan enam poin utama dalam pembahasan pelayanan umrah, yaitu: (1) bimbingan dalam beribadah, (2) layanan transportasi, tempat tinggal, dan konsumsi, (3) layanan kesehatan, (4) layanan administrasi dan pengurusan dokumen, (5) layanan pembinaan serta pendampingan jemaah dari saat keberangkatan sampai tiba di Bandara Syamsudin Noor, dan (6) layanan informasi dan komunikasi yang disediakan untuk semua jemaah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang ada dalam usulan skripsi ini adalah studi lapangan yang berfokus pada isu utama yang diangkat dalam analisis ini. Masalah yang dibahas memiliki keterkaitan dengan beberapa pembahasan yang

[4] Sugiarto Endar, *psikologi pelayanan dalam industry jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 216

terdapat pada jurnal atau penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan oleh penulis.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Kurniawan Dwiatma, Hasil dari penelitian ini adalah bahwa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah haji dan umrah secara konsisten melalui empat aspek utama, yaitu kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab. Dengan Judul *"Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji Dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour Di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur"*. Penelitian ini mempunyai kemiripan yaitu dari etika bisnis Islam dalam pelayanan serta jenis perusahaannya sama-sama penyelenggara ibadah umrah. Akan tetapi terdapat perbedaan yakni pada tempat penelitiannya dan pada penelitiannya yang tidak hanya membahas tentang ibadah umrah saja.[5]

2. Penelitian yang dilakukan oleh Zainur Ridho, Haramain Mulia Tour dan Travel telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pengelolaan pelayanan ibadah umrah secara cukup baik. Dengan Judul *"Integrasi Manajemen dan Etika Bisnis Islam dalam Layanan Ibadah Umrah"*. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas etika bisnis islam dalam layanan ibadah umrah. Akan tetapi di penelitian ini memiliki perbedaan yaitu pada integrasi manajemen dan layanan ibadah

[5] Bayu Kurniawan Dwiatma, *"Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji Dan Umroh Pt. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour Di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur"* (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2019)

yang diteliti khusus ibadah umrah saja. Hasil penelitian ini menunjukkan sejak diterbitkannya izin sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dengan nomor 612 Tahun 2016, dalam kurun waktu 4 tahun terakhir PT. Nur Haramain Mulia telah memberangkatkan lebih dari 800 jemaah umrah setiap tahunnya. Semua perjalanan umrah yang NUR HARAMAIN tour berangkatkan, terlapor secara rapi pada system yang ada. Laporan Rencana Perjalanan Ibadah Umrah (LRPU) yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia secara aplikasi online melalui sistem SIMPUH dan SIPATUH dan yang terbaru adalah SISKOPATUH. PT Nur Haramain telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen mulai dari *Planning, Organizing, Actuating dan Controling*.[6]

3. Penelitian yang dilakukan oleh Annita Fahira Saragih, Bahwa strategi promosi yang dilakukan PT. Samira Ali Wisata dalam memanfaatkan pencapaian Rekor MURI pada masa pandemi Covid-19 terbukti efektif dan berdampak positif terhadap citra serta posisi perusahaan di industri pariwisata. Dengan Judul *"Strategi Promosi PT. Samira Ali Wisata Dalam Meraih Rekor Muri di Masa Pandemi."*[7] Penelitian ini mempunyai kemiripan dari segi Subjeknya yang sama yaitu sama-sama samira travel tetapi objek yang diteliti berbeda.

---

[6] Zainur Ridho, *"Integrasi Manajemen dan Etika Bisnis Islam dalam Layanan Ibadah Umrah"* (Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy Tahun 2024)

[7] Annisa Fahirah Saragih, *"Strategi Promosi PT. Samira Ali Wisata Dalam Meraih Rekor Muri di Masa Pandemi"* **(**Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Tahun 2024)

G. Sistematika Penulisan

BAB I, Terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu serta sistematika penulisan.

BAB II, Terkait kajian teori yang memuat permasalahan yang diangkat oleh peneliti, kerangka berfikir yang mendukung dalam penelitian.

BAB III, Terkait metode penelitian yang digunakan yakni membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, data dan sumber data, teknik pengumpulan data serta analisis data, dan pengecekan keabsahan data, sesuai dengan data yang didapat oleh peneliti dan disusun secara sistematis.

BAB IV, menyajikan hasil penelitian serta pembahasan berdasarkan temuan yang diperoleh selama proses penelitian.

BAB V Penutup, Terkait Simpulan dan saran untuk penelitian.