

Fenomena Umrah Dalam Perspektif Dakwah Dan Bisnis

Pattaling¹, Akram Ista², Patmawati³, Akhmad Sukardi⁴

¹Institut Agama Islam Negeri Sultan AMAI Gorontalo

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana

³Institut Agama Islam Negeri Pontianak

⁴Institut Agama Islam Negeri Kendari

E-mail: pattalingsasaja12@gmail.com¹, akramista050696@gmail.com², fwati1974@gmail.com³, sukardi.iainkdi@gmail.com⁴

Article History:

Received: 20 Oktober 2025

Revised: 29 Oktober 2025

Accepted: 30 Oktober 2025

Keywords: Umrah, Dakwah, Bisnis. Etika Syariah.

Abstract: Fenomena umrah di Indonesia mengalami perkembangan pesat, namun di sisi lain juga menghadirkan berbagai persoalan, seperti maraknya kasus biro perjalanan umrah yang tidak bertanggung jawab, penyelewengan dana jamaah, serta pergeseran motivasi pelaksanaan ibadah dari orientasi spiritual menuju kepentingan duniawi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena umrah dalam dua perspektif utama, yaitu dakwah dan bisnis, serta melihat bagaimana kedua dimensi tersebut saling berinteraksi dalam praktik sosial-keagamaan masyarakat Muslim. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) melalui telaah terhadap literatur, artikel jurnal, dan dokumen terkait penyelenggaraan umrah, baik dari sisi dakwah maupun ekonomi syariah. Data dianalisis secara deskriptif-analitis untuk mengungkap hubungan antara nilai spiritual dan aktivitas ekonomi dalam konteks ibadah umrah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan umrah memiliki dua dimensi yang saling melengkapi: pertama, sebagai sarana dakwah yang menumbuhkan kesadaran spiritual, ukhuwah Islamiyah, dan penguatan nilai-nilai ibadah; kedua, sebagai sektor bisnis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian umat, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan industri pariwisata religi. Namun demikian, munculnya praktik komersialisasi berlebihan menunjukkan perlunya penegakan etika bisnis Islam agar tidak mengaburkan makna sakral ibadah. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara nilai dakwah dan prinsip bisnis syariah dalam pengelolaan perjalanan umrah. Para penyelenggara diharapkan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga

menanamkan nilai amanah, kejujuran, dan tanggung jawab spiritual, sehingga pelaksanaan umrah tetap menjadi ibadah yang membawa keberkahan bagi jamaah dan masyarakat luas.

PENDAHULUAN

Umrah adalah salah satu ibadah dalam agama Islam yang dilakukan di Mekah, Saudi Arabia. Ibadah ini dianggap sebagai salah satu amalan yang sangat dianjurkan dan memiliki nilai spiritual yang tinggi bagi umat Muslim. Meskipun umrah bukanlah wajib seperti haji, banyak umat Muslim yang bersemangat untuk melaksanakannya sebagai upaya mendekatkan diri kepada Allah SWT. Secara harfiah, Umrah berarti "mengunjungi" atau "berziarah" ke suatu tempat yang suci. Umrah melibatkan serangkaian tindakan ibadah, termasuk *thawaf* (mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali), *sa'i* (berlari-lari kecil antara bukit Safa dan Marwah), dan *tahallul* (memotong atau mencukur rambut). Selama Umrah, umat Muslim juga dianjurkan untuk berpuasa dan berdoa untuk memperoleh pahala dan keberkahan (Noor 2018). Setiap rangkaian pelaksanaannya mencerminkan ketaatan, kerendahan hati, dan pengabdian total seorang hamba kepada Allah SWT. *Thawaf* melambangkan kesetiaan manusia yang senantiasa berputar di sekitar pusat kehidupannya, yaitu Allah sebagai tujuan utama. *Sa'i* antara bukit Safa dan Marwah mengingatkan kisah perjuangan Hajar dalam mencari air untuk putranya, Ismail, yang menanamkan nilai kesabaran, keteguhan hati, dan kepercayaan penuh kepada pertolongan Allah. *Tahallul* menjadi simbol penyucian diri dan pembaruan spiritual, sebagai tanda ketaatan dan kerendahan hati seorang Muslim setelah menyelesaikan ibadah. Oleh karena itu, Umrah bukan hanya perjalanan fisik ke tanah suci, tetapi juga perjalanan rohani yang memperdalam iman, menumbuhkan rasa syukur, serta memperkuat komitmen untuk menjalani hidup sesuai dengan tuntunan Allah SWT. Banyak jamaah yang merasakan Umrah sebagai momentum untuk introspeksi diri dan memperbaiki hubungan dengan sesama serta dengan Sang Pencipta.

Umrah dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun dan tidak terikat oleh waktu-waktu tertentu seperti haji. Ini memungkinkan umat Muslim dari seluruh dunia untuk mengunjungi Mekah dan melaksanakan Umrah sesuai dengan kemampuan dan jadwal mereka. Banyak umat Muslim yang memanfaatkan bulan Ramadhan atau bulan-bulan suci Islam lainnya untuk melaksanakan Umrah, karena diyakini bahwa pahala ibadah tersebut akan berlipat ganda. Mekah adalah kota yang dianggap suci oleh umat Muslim. Ini adalah tempat kelahiran Nabi Muhammad SAW dan juga tempat berdirinya Ka'bah, bangunan yang dianggap sebagai rumah Allah SWT. Ka'bah adalah pusat spiritual bagi seluruh umat Muslim di dunia, dan menjadi tujuan utama bagi mereka yang melaksanakan Umrah. Selain Ka'bah, Mekah juga memiliki tempat-tempat suci lainnya, seperti Masjidil Haram dan bukit-bukit Safa dan Marwah (Noor 2018). Dengan demikian, pelaksanaan Umrah tidak hanya menjadi bentuk ketaatan dan ibadah yang mendekatkan diri kepada Allah SWT, tetapi juga sarana untuk memperdalam makna spiritualitas dan kebersamaan umat Islam. Melalui perjalanan suci ke Mekah, setiap Muslim diajak untuk merenungkan kembali nilai keimanan, kesabaran, dan ketulusan dalam beribadah, serta memperkuat ikatan persaudaraan sesama umat di seluruh penjuru dunia.

Umrah adalah kesempatan bagi umat Muslim untuk meningkatkan keimanan, mendekatkan diri kepada Allah, dan merasakan ikatan yang kuat dengan umat Muslim lainnya. Ketika melaksanakan Umrah, umat Muslim mengenakan pakaian khusus yang disebut ihram, yang melambangkan kesederhanaan dan persamaan di hadapan Allah. Ini mengajarkan nilai-nilai kesederhanaan, kesucian, dan persatuan dalam melaksanakan ibadah (Nazaruddin, et al, 2020).

Melaksanakan Umrah juga membawa manfaat sosial dan budaya. Ribuan umat Muslim dari berbagai negara berkumpul di Mekah selama pelaksanaan Umrah, menciptakan ikatan sosial dan persaudaraan antar sesama Muslim. Hal ini memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan agama, serta memperluas wawasan budaya melalui interaksi dengan umat Muslim dari berbagai latar belakang.

Umrah memiliki urgensi yang tinggi dalam Islam karena dianggap sebagai salah satu ibadah yang sangat dianjurkan dan mendatangkan banyak pahala. Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa Umrah adalah penengah atau penebus bagi dosa-dosa yang terjadi di antara dua Umrah, sehingga melaksanakannya secara berkala dapat membersihkan jiwa dan mendapatkan keampunan Allah SWT. Umrah adalah kesempatan bagi umat Muslim untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan memperkuat hubungan spiritual dengan-Nya. Melalui pelaksanaan Umrah, umat Muslim dapat merenungkan tujuan hidupnya, memperbaiki diri, dan memperdalam keimanan. Ibadah ini membantu umat Muslim mengalami kedekatan dengan Tuhan mereka dan memperoleh ketenangan batin yang mendalam. Selain itu, Umrah juga memberikan kesempatan untuk melakukan taubat dan memperbaiki diri. Saat berada di Tanah Suci, umat Muslim dianjurkan untuk merenungkan kesalahan dan dosa-dosa mereka, serta berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup mereka sesuai dengan ajaran Islam. Umrah dapat menjadi titik balik bagi individu untuk melakukan perubahan positif dalam kehidupan mereka. Melaksanakan Umrah juga merupakan bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Dalam setiap tahap ibadah Umrah, seperti thawaf dan sa'i, umat Muslim menghadap Ka'bah dan melaksanakan ritual-ritual yang telah ditetapkan. Ini adalah cara untuk menunjukkan rasa hormat, ketundukan, dan penghormatan kepada Allah SWT, mengakui bahwa Dia adalah satu-satunya Tuhan yang patut disembah.

Umrah juga mempunyai dimensi sosial yang penting. Melalui Umrah, umat Muslim dari berbagai negara dan latar belakang budaya berkumpul di Mekah, menciptakan ikatan persaudaraan dan persatuan dalam Islam. Ini memperkuat jaringan sosial umat Muslim global dan memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman keagamaan dan kehidupan dengan sesama Muslim. Dalam konteks spiritual, Umrah memberikan peluang untuk merefleksikan nilai-nilai kesederhanaan, pengorbanan, dan kebersamaan. Saat berada dalam keadaan ihram, umat Muslim menahan diri dari hal-hal yang diharamkan selama pelaksanaan Umrah, seperti menggunakan parfum atau memotong rambut. Ini mengajarkan pentingnya mengendalikan nafsu dan mengutamakan tujuan ibadah di atas keinginan duniawi.

Umrah juga memiliki urgensi ekonomi dan pembangunan. Setiap tahun, jutaan umat Muslim mengunjungi Mekah untuk melaksanakan Umrah, yang menciptakan pasar ekonomi yang signifikan. Hal ini memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan infrastruktur di kota suci tersebut. Umrah juga menjadi sarana pendidikan agama yang penting. Selama pelaksanaan Umrah, umat Muslim memiliki kesempatan untuk belajar dan memperdalam pengetahuan agama Islam melalui pengalaman langsung di tempat-tempat suci. Para jamaah dapat mengikuti ceramah, kuliah, dan diskusi keagamaan yang diselenggarakan oleh para ulama dan cendekiawan Islam. Keberadaan Umrah juga membantu memperkuat hubungan antara negara-negara Muslim. Melalui Umrah, umat Muslim dari berbagai negara berkumpul di Mekah, menciptakan kesempatan untuk pertukaran budaya, pengalaman, dan pemahaman yang lebih baik antar bangsa-bangsa Muslim. Ini berkontribusi pada solidaritas dan kerjasama umat Muslim di tingkat internasional.

Akhirnya, penulis ingin mengemukakan lagi bahwa umrah memiliki urgensi yang tinggi dalam Islam sebagai salah satu ibadah yang sangat dianjurkan. Ia memberikan kesempatan bagi

umat Muslim untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, membersihkan dosa, merenungkan tujuan hidup, dan memperkuat hubungan sosial dalam Islam. Umrah juga memiliki dampak ekonomi, pendidikan, dan diplomasi yang signifikan. Oleh karena itu, umat Muslim di seluruh dunia dihimbau untuk memanfaatkan kesempatan ini untuk memperoleh keberkahan dan keutamaan yang besar dalam menjalankan agama mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) untuk menelaah fenomena umrah dari perspektif dakwah dan bisnis. Sumber data berasal dari literatur sekunder seperti buku, artikel jurnal, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan analisis berbagai referensi ilmiah yang membahas aspek spiritual dan ekonomi dalam penyelenggaraan umrah. Data dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) guna menemukan pola, tema, dan hubungan antara nilai dakwah dan praktik bisnis. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan triangulasi sumber agar hasil penelitian bersifat objektif dan sesuai dengan prinsip dakwah serta etika bisnis Islam. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang keseimbangan antara dimensi spiritual dan ekonomi dalam fenomena umrah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah dalam Konteks Umrah

Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam konteks pelaksanaan Umrah. Dakwah merujuk pada upaya menyampaikan pesan agama Islam kepada orang lain dengan tujuan memperluas pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (Ridwan, et al, 2022). Melalui pelaksanaan Umrah, umat Muslim memiliki kesempatan untuk melaksanakan dakwah dengan cara yang unik dan efektif. Selama pelaksanaan Umrah, umat Muslim dapat melibatkan diri dalam aktivitas dakwah seperti berbagi pengetahuan agama, memberikan ceramah atau nasihat kepada sesama jamaah, dan menjawab pertanyaan terkait Islam. Dakwah dalam konteks Umrah memungkinkan individu untuk berbagi kebijaksanaan agama, memperkuat keyakinan, dan memotivasi orang lain untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Salah satu bentuk dakwah yang umum dilakukan selama Umrah adalah dengan berbagi pengalaman spiritual. Umat Muslim yang telah melaksanakan Umrah dapat menceritakan pengalaman dan keberkahan yang mereka rasakan kepada orang lain, yang mungkin membangkitkan minat dan semangat dalam melaksanakan Umrah atau meningkatkan praktik keagamaan mereka. Selain itu, dakwah dalam konteks Umrah juga dapat dilakukan melalui perilaku dan sikap yang baik. Para jamaah Umrah diharapkan dapat menunjukkan etika yang baik, kesabaran, dan keramahan dalam berinteraksi dengan sesama jamaah maupun masyarakat setempat. Tindakan ini bisa menjadi bentuk dakwah yang kuat, karena perilaku yang baik dapat memberikan kesan positif tentang agama Islam kepada orang lain.

Dakwah dalam konteks Umrah juga dapat dilakukan melalui media sosial dan teknologi (Mayasari 2019). Dalam era digital ini, individu dapat menggunakan platform seperti blog, vlog, atau media sosial untuk berbagi cerita, foto, atau video tentang pengalaman Umrah mereka. Hal ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pengaruh positif dalam memperkenalkan keindahan dan nilai-nilai agama Islam kepada orang-orang di seluruh dunia (Khadijah, et al, 2022). Pentingnya dakwah dalam konteks Umrah juga terkait dengan aspek edukasi agama. Umat Muslim yang melaksanakan Umrah memiliki kesempatan untuk memperdalam pemahaman mereka tentang ajaran Islam, baik melalui kuliah, ceramah, atau

diskusi yang diadakan oleh para ulama dan cendekiawan Islam. Pemahaman yang lebih baik tentang Islam memungkinkan umat Muslim untuk melaksanakan dakwah dengan pengetahuan yang benar dan menyampaikan pesan yang akurat kepada orang lain.

Dakwah dalam konteks Umrah juga mencakup pentingnya memberikan contoh yang baik. Umat Muslim yang melaksanakan Umrah diharapkan dapat menjaga integritas, kejujuran, dan ketaqwaan mereka dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dengan menunjukkan kehidupan yang Islami, umat Muslim dapat menjadi inspirasi bagi orang lain dan memperkuat dakwah Islam secara keseluruhan. Dakwah dalam konteks Umrah juga melibatkan pengenalan terhadap nilai-nilai Islam kepada non-Muslim. Kehadiran umat Muslim dari berbagai negara selama Umrah menciptakan kesempatan untuk berinteraksi dengan orang-orang non-Muslim yang juga sedang berkunjung ke Mekah. Melalui dialog yang baik, saling pengertian, dan kesempatan bertanya jawab, umat Muslim dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang Islam dan menciptakan kesempatan dakwah kepada mereka. Selain itu, dakwah dalam konteks Umrah juga dapat melibatkan partisipasi dalam program-program sosial dan kemanusiaan. Umat Muslim yang melaksanakan Umrah dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk membantu masyarakat setempat, seperti memberikan bantuan kepada anak yatim, membantu masyarakat miskin, atau berkontribusi pada program-program pembangunan. Tindakan ini adalah bentuk dakwah yang nyata dan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat yang membutuhkan.

Bisnis dalam Konteks Umrah

Umrah telah menjadi fenomena bisnis yang signifikan dalam skala global. Setiap tahun, jutaan umat Muslim dari seluruh dunia melakukan perjalanan ke Mekah untuk melaksanakan Umrah, menciptakan permintaan yang tinggi terhadap layanan perjalanan, akomodasi, transportasi, dan berbagai produk terkait Umrah (Prihanto and Damayanti, 2022). Hal ini telah membuka peluang bisnis yang luas bagi para pengusaha dan pelaku industri di berbagai sektor terkait. (Othman et al. 2019) Bisnis dalam konteks Umrah mencakup berbagai aspek, mulai dari agen perjalanan, hotel, maskapai penerbangan, transportasi darat, restoran, hingga industri kreatif yang menyediakan produk dan jasa yang berkaitan dengan Umrah. Para pengusaha dapat menciptakan nilai tambah melalui layanan yang berkualitas, inovasi, dan pengalaman pelanggan yang memuaskan (Wu and Mursid 2020). Dengan demikian, fenomena bisnis Umrah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai refleksi dari dinamika spiritualitas yang terhubung dengan kebutuhan ibadah umat Islam di era modern. Analisis penulis menunjukkan bahwa potensi besar dalam industri Umrah harus dikelola secara etis dan berkelanjutan, mengingat kegiatan ini memiliki dimensi religius yang tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Jika orientasi bisnis Umrah hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tanpa memperhatikan nilai-nilai syariah, maka akan terjadi degradasi makna ibadah itu sendiri. Oleh karena itu, keseimbangan antara orientasi spiritual dan profesionalitas bisnis menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan industri Umrah sebagai sektor yang tidak hanya menguntungkan secara material, tetapi juga bernilai ibadah dan kemaslahatan umat.

Selain itu, bisnis dalam konteks Umrah juga mencakup industri souvenir dan pernak-pernik. Banyak jamaah Umrah yang mencari oleh-oleh khas Mekah atau Madinah untuk dibagikan kepada keluarga dan teman-teman mereka di kampung halaman. Ini menciptakan peluang bagi pengusaha untuk menjual berbagai macam souvenir, perhiasan, baju, atau produk-produk bernilai religius yang diinginkan oleh jamaah Umrah (Riskita 2022). Bisnis dalam konteks Umrah juga mencakup sektor keuangan, seperti perbankan dan lembaga keuangan yang menyediakan layanan

pembiayaan perjalanan Umrah atau produk keuangan yang dirancang khusus untuk umat Muslim yang ingin melaksanakan Umrah. Pembiayaan ini membantu individu atau keluarga yang tidak memiliki dana yang cukup untuk melaksanakan Umrah secara mandiri.

Perkembangan teknologi juga telah memberikan dampak signifikan dalam bisnis Umrah (Shambour and Gutub 2022). Aplikasi mobile dan platform online memudahkan para jamaah dalam mencari dan memesan layanan perjalanan, akomodasi, atau produk-produk terkait Umrah (Shambour and Gutub 2021). Ini juga membuka peluang bagi pengusaha dan start-up teknologi untuk mengembangkan solusi inovatif yang mendukung pengalaman Umrah. Bisnis dalam konteks Umrah juga mencakup layanan pendukung seperti pemandu wisata, penyedia layanan kesehatan, dan penerjemah. Pemandu wisata berperan penting dalam memberikan informasi, panduan, dan bimbingan kepada jamaah Umrah selama perjalanan mereka di Tanah Suci. Sementara itu, penyedia layanan kesehatan memastikan keamanan dan kesehatan jamaah selama melaksanakan Umrah.

Pertumbuhan bisnis dalam konteks Umrah juga telah memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal. Mekah dan Madinah sebagai tujuan utama Umrah mengalami peningkatan ekonomi yang signifikan berkat pengeluaran jamaah Umrah untuk akomodasi, makanan, transportasi, dan berbagai kebutuhan lainnya (Sutianto 2020). Hal ini menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha bagi masyarakat setempat. Bisnis dalam konteks Umrah juga dapat membantu pengembangan infrastruktur dan fasilitas di Mekah dan Madinah. Permintaan yang terus meningkat dari jamaah Umrah mendorong investasi dalam pembangunan hotel, pusat perbelanjaan, fasilitas transportasi, dan infrastruktur lainnya (Kantor Urusan Haji Konsulat Jendral Republik Indonesia Jeddah - Saudi Arabia 2015). Hal ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas dan kapasitas layanan bagi para jamaah Umrah. Selain itu, dinamika bisnis dalam konteks Umrah menunjukkan bagaimana kegiatan keagamaan dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Keterpaduan antara nilai spiritual dan nilai ekonomi menjadikan sektor ini unik karena tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga mengandung dimensi ibadah dan pelayanan umat.

Perkembangan bisnis dalam konteks Umrah juga mencakup sektor periklanan dan pemasaran (Suhesti et al, 2021). Banyak perusahaan dan lembaga yang melihat peluang untuk mempromosikan merek mereka kepada jamaah Umrah melalui iklan, sponsorship, atau kerjasama dengan penyelenggara perjalanan atau agen wisata (Noviyanti 2015). Iklan dan promosi yang tepat dapat menarik perhatian jamaah Umrah dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan mereka (Anita et al, 2019). Fenomena ini menunjukkan bahwa kegiatan ibadah seperti Umrah tidak hanya memiliki dimensi spiritual, tetapi juga membuka ruang ekonomi yang cukup luas. Interaksi antara nilai religius dan strategi bisnis menuntut keseimbangan etis agar kegiatan promosi tidak mengaburkan esensi ibadah itu sendiri. Penulis menilai bahwa praktik pemasaran dalam konteks Umrah perlu diarahkan pada prinsip kejujuran, kesederhanaan, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, sehingga aktivitas ekonomi yang berkembang di sekitarnya tetap membawa manfaat sosial tanpa menggeser orientasi ibadah menjadi semata-mata komersial.

Perbandingan antara Dakwah dan Bisnis dalam Konteks Umrah

Dakwah dan bisnis memiliki peran yang berbeda dalam konteks Umrah. Dakwah berfokus pada menyebarkan pesan agama Islam, memperluas pemahaman dan pengamalan ajaran Islam, serta mengajak orang lain untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Sementara itu, bisnis berkaitan dengan aspek ekonomi dan pelayanan kepada jamaah Umrah dalam menyediakan berbagai produk dan layanan terkait Umrah. Tujuan utama dakwah dalam konteks Umrah adalah

untuk menyebarkan nilai-nilai agama dan mengajak orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dakwah didasarkan pada motivasi spiritual dan ingin membawa manfaat dan kebaikan kepada sesama manusia. Sementara itu, tujuan bisnis dalam konteks Umrah adalah untuk memenuhi kebutuhan jamaah Umrah dan mencapai keuntungan ekonomi.

Dakwah dalam konteks Umrah memiliki orientasi yang lebih religius dan mendalam. Fokusnya adalah pada perbaikan akhlak, pemahaman agama yang benar, dan pembangunan spiritual. Sedangkan bisnis dalam konteks Umrah lebih berorientasi pada aspek pelayanan, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka selama melaksanakan Umrah. Dakwah dalam konteks Umrah tidak terkait dengan aspek materi atau keuntungan ekonomi. Sebaliknya, dakwah memandang nilai spiritual dan keberkahan sebagai hal yang lebih penting. Sementara itu, bisnis dalam konteks Umrah melibatkan aspek ekonomi yang mencakup upaya untuk mencapai keuntungan finansial dan pertumbuhan bisnis. Di samping itu, dakwah dalam konteks Umrah memiliki sifat sukarela dan dilakukan dengan niat baik serta tanpa pamrih. Motivasi utama dalam dakwah adalah membawa manfaat spiritual bagi orang lain dan mengajak mereka untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Sementara itu, bisnis dalam konteks Umrah dijalankan dengan tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Dakwah dalam konteks Umrah menekankan pada nilai-nilai moral dan etika yang baik. Aktivitas dakwah harus dilakukan dengan penuh kejujuran, kebenaran, dan integritas. Sementara bisnis dalam konteks Umrah juga harus memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti memberikan layanan yang berkualitas, transparansi, dan keadilan dalam berbisnis.

Meskipun memiliki perbedaan, dakwah dan bisnis dalam konteks Umrah dapat saling mendukung dan berkontribusi satu sama lain. Bisnis yang dilakukan dengan integritas dan kesadaran akan nilai-nilai agama dapat menjadi sarana untuk menyebarkan pesan dakwah kepada para jamaah. Sebaliknya, kegiatan dakwah yang berkualitas dan memberikan manfaat spiritual bagi jamaah dapat menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penting untuk memastikan keseimbangan antara dakwah dan bisnis dalam konteks Umrah. Dakwah harus tetap menjadi fokus utama, sementara bisnis harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran akan konsekuensi moral dan etika. Keberhasilan bisnis tidak boleh mengorbankan nilai-nilai agama dan tujuan dakwah yang lebih mulia.

Meskipun dakwah dan bisnis memiliki perbedaan, keduanya dapat saling mendukung dan berdampingan dalam konteks Umrah. Dakwah memainkan peran penting dalam memperkuat nilai-nilai agama dan memperluas pemahaman tentang Islam, sementara bisnis memberikan layanan dan memenuhi kebutuhan jamaah Umrah dengan cara yang baik dan profesional. Sinergi antara keduanya mencerminkan keseimbangan antara tujuan spiritual dan kebutuhan duniawi yang selaras dengan prinsip Islam. Ketika dakwah menjadi jiwa dari setiap aktivitas bisnis, maka orientasi usaha tidak sekadar mengejar keuntungan materi, tetapi juga mengandung nilai ibadah dan tanggung jawab moral terhadap jamaah. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara dakwah dan bisnis dalam penyelenggaraan Umrah merupakan bentuk penerapan etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran, amanah, dan pelayanan yang berorientasi pada keberkahan. Dengan demikian, integrasi antara dakwah dan bisnis bukan hanya memperkuat citra positif lembaga penyelenggara Umrah, tetapi juga berpotensi menjadi sarana efektif dalam memperluas pengaruh dakwah Islam secara lebih nyata dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian dan analisis yang telah dipaparkan pada bagian pembahasan mengenai fenomena Umrah dari perspektif dakwah dan bisnis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang menggambarkan keterkaitan antara nilai spiritual dan aspek ekonomi dalam praktik pelaksanaan Umrah di era modern. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, pelaksanaan Umrah memberikan kesempatan yang sangat baik untuk melaksanakan dakwah dalam berbagai bentuk. Melalui berbagi pengalaman spiritual, perilaku yang baik, penggunaan media sosial, edukasi agama, memberikan contoh yang baik, berinteraksi dengan non-Muslim, dan partisipasi dalam program sosial, umat Muslim dapat menyebarkan nilai-nilai agama Islam, memperluas pemahaman tentang Islam, dan memberikan inspirasi bagi orang lain. Dakwah dalam konteks Umrah merupakan upaya yang berharga dan bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman dan pengamalan agama Islam di kalangan umat Muslim dan non-Muslim. *Kedua*, bisnis dalam konteks Umrah telah menjadi fenomena yang signifikan dalam skala global. Peluang bisnis yang luas hadir dalam berbagai sektor terkait, seperti perjalanan, akomodasi, transportasi, makanan, souvenir, dan layanan pendukung lainnya. Pertumbuhan bisnis ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal, pembangunan infrastruktur, serta menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha. Namun, penting untuk memastikan bahwa bisnis dalam konteks Umrah tetap mengutamakan nilai-nilai agama, etika, dan kepentingan jamaah Umrah dalam menyediakan layanan yang berkualitas dan memperhatikan keberkahan ibadah yang dilakukan oleh umat Muslim. *Ketiga*, dakwah dan bisnis dalam konteks Umrah memiliki peran yang berbeda namun dapat saling melengkapi. Penting untuk menjaga keseimbangan antara keduanya dan memastikan bahwa bisnis dilakukan dengan penuh integritas dan kesadaran akan nilai-nilai agama. Dengan demikian, dakwah dan bisnis dalam konteks Umrah dapat memberikan manfaat yang positif bagi umat Muslim serta memperkuat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam di kalangan jamaah Umrah.

DAFTAR REFERENSI

- Anita, Ajowanda, Rahima Zakia, and Azizah Fitrah. 2019. "Strategi Promosi PT. Arminareka Perdana Cabang Padang Dalam Penyelenggaraan Umrah." *Al Imam Jurnal Manajemen Dakwah* 2(2).
- Kantor Urusan Haji Konsulat Jendral Republik Indonesia Jeddah - Saudi Arabia. 2015. "Potensi Ekonomis Haji Dan Umrah."
- Khadijah, Ute Lies Siti, Evi Novianti, and Rully Anwar. 2022. "Social Media in Guiding And Marketing Religious Tourism: The Case Of Umrah And Hajj Services." *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora* 24(1).
- Mayasari, Nuki. 2019. "Persepsi Akan #Umroh Dan #Umrah Dd Twitter: Media Sosial Dan Industri Pariwisata." *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 7(1):151–68.
- Nazaruddin, Nasrun, Rahmat Hidayat, and Ricco Andreas. 2020. "Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah)." *Jurnal Nizham* 8(1).
- Noor, Muhammad. 2018. "Haji Dan Umrah." *Jurnal Humaniora Teknologi* 4(1).
- Noviyanti, Devi. 2015. "Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji Dan Umroh Di Banjarmasin." *Jurnal Alhadharah Ilmu Dakwah* 14(28).
- Othman, Bestoon, Amran Harun, Wirya Rashid, and Raman Ali. 2019. "The Impact of Umrah Service Quality on Customer Satisfaction towards Umrah Travel Agents in Malaysia."

- Management Science Letters* 9(11):1763–72.
- Prihanto, Hendi, and Prisila Damayanti. 2022. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah.” *Journal of Management and Business Review* 19(1):29–48.
- Ridwan, Aang, Ariq Ramlan, and Fauzidan Fauzidan. 2022. “Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dalam Perjalanan Haji Dan Umrah.” *Mabruk Academic Journal of Hajj and Umra* 1(1).
- Riskita, Amelia. 2022. “Bisnis Oleh-Oleh Haji, Intip Peluang, Ide Bisnis, Dan Tipsnya.”
- Shambour, Mohd Khaled, and Adnan Gutub. 2022. “Progress of IoT Research Technologies and Applications Serving Hajj and Umrah.” *Arabian Journal for Science and Engineering* 1253–1273.
- Shambour, Mohd Khaled Yousef Mohammed, and Adnan Gutub. 2021. “Personal Privacy Evaluation of Smart Devices Applications Serving Hajj and Umrah Rituals.” *Journal of Engineering Research*.
- Suhesti, Deni Tri, Nisha Firda Amalia, and Rizka Ertama. 2021. “Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal.” *Sharia Economic Management Business Journal* 2(1).
- Sutianto, Feby Dwi. 2020. “Setop Umrah, Apa Dampaknya Bagi Ekonomi Arab Saudi.” *KumparanBISNIS*.
- Wu, Cedric Hsi-Jui, and Ali Mursid. 2020. “Loyalty Motivations for Religious Tourism: Indonesian Muslim Travelers Umrah Participating in Umrah Pilgrimage to Mecca, Saudi Arabia.” *Tourism Review* 75(2):466–78.