BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian terpenting dalam tesis ini yakni pembahasan dari hasil penelitian lapangan dan analisa permasalahan dengan menggunakan teori - teori yang telah ditentukan di bab sebelumnya. Adapun poin - poin yang dibahas selain menjawab dua pertanyaan inti dalam rumusan masalah penelitian ialah deskripsi biografi para responden penelitian baik dari dua agen travel penyedia jasa travel umroh dan juga lima responden sebagai subyek penelitian.

Dalam diskusi ini, peneliti sekaligus penulis tesis ini membuat beberapa kategorisasi dalam analisa pembahasan topik terkait motif dan preferensi beserta implikasi dan refleksi dari pelaksanaan umroh. Argumentasi penulis setelah melewati proses penelitian selama 4 bulan bahwa motif dan preferensi pelaksanaan umroh di kalangan masyarakat menengah di Yogyakarta dilatarbelakangi oleh beragam alasan dan pengaruh sosial. Begitu pula dengan refleksi dan implikasi yang dirasakan setelah melaksanakan ibadah umroh yang juga bertumpu pada dinamika perjalanan spiritual dan kehidupan dalam keseharian. Penjelasan dan narasi secara detail dijelaskan di beberapa sub – bab berikutnya.

A. Hasil Penelitian

1. Profil Hasuna Tour Yogyakarta

a. Sejarah Peresmian Hasuna Tour Yogyakarta

Hasuna Tour merupakan agen travel lokal yang bergerak di bidang penyediaan jasa penyelenggaraan dan bimbingan haji khusus dan umroh.[1] Travel ini berdiri satu kantor dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Multazam, dikarenakan kepemilikan kedua lembaga tersebut atas satu pemilik

[1] Brosur Hasuna Tour tahun 2017

yaitu Drs. H. Sunardi Syahuri. Meskipun keduanya berada dalam satu lingkup kantor yang sama, sistem pendistribusian keuangannya berada pada jalan yang berbeda. KBIH Multazam adalah sebuah lembaga non profit dimana seluruh keuntungan yang didapatkan disalurkan sebagai kebutuhan operasional Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim di wilayah Bantul, Yogyakarta. Sedangkan Hasuna tour merupakan travel yang tujuan profitnya didapatkan untuk keperluan dakwah islam juga sebagai pembantu operasional KBIH Multazam.[2]

Hasuna Tour berdiri pada tahun 2001. Sejak peresmiannya, Hasuna Tour telah mendapatkan respon yang postif dari masyarakat namun Hasuna Tour pada saat itu belum dapat memberangkatkan umroh jamaah yang berminat dikarenakan belum adanya izin resmi dari Kementrian Agama. Seluruh jamaah yang menggunakan jasa Hasuna tour didaftarkan melalui KBIH Multazam. Hasuna tour berafiliasi dengan PT. Intan Permata yang juga merupakan biro perjalanan umroh dan haji khusus yang berpusat di Jakarta. Dimulai dari tahun 2007 hingga tahun 2013, seluruh pemberangkatan jamaah yang menggunakan jasa Hasuna tour diatuh oleh kantor pusat PT. Intan Permata dan Hasuna Tour hanya menjadi pelaksana prosedur yang telah ditetapkan oleh PT. Intan Permata.

Pada tahun 2013 seluruh kegiatan dan penyelenggaran yang diatur oleh kantor pusat di Jakarta dipindah ke Yogyakarta setelah mendapatkan izin resmi yang terdapat pada Akta Notaris Nomor 15 tanggal 19 November 1997 serta mendapat surat izin sebagai biro perjalanan dengan Nomor Kep i 7 / B.1 / XI / 1998. Berdasarkan izin yang diperoleh tersebut

[2] Wawancara dengan Ahmad Fuad di Yogyakarta, 13 Desember 2017

Hasuna Tour resmi menjadi PT. Hasuna Intan Permata.[3]

Pada tahun kesepuluh peresmian berdirinya, setelah mendapatkan izin resmi dan akta notaris, Hasuna Tour melaksanakan penyelenggaraan bimbingan haji dan pemberangkatan umroh secara mandiri. Seluruh kegiatan dan operasional yang dibutuhkan dikelola sendiri oleh Hasuna Tour. Beberapa waktu setelahnya PT. Hasuna Intan Permata membeli izin usaha mili PT. Citra Wisata Dunia di Jakarta dengan Nomor Daftar Usaha 09.05.1.63.46305 dan Nomor Pengesahan Kementrian Kehakiman dan HAM dengan Nomor C- 10924 HT.01.01. Tahun 2001. Pada 18 Oktober 2001 Hasuna Tour Mendapat izin umroh D / 83 dan izin haji D / 366.[4]

Hasuna Tour berfokus pada penyelenggaraan dan bimbingan haji serta pelaksanaan umroh. Rangkaian kegiatan pengelolaan ibadah haji yang meliputi pembinaan para calon jamaah, proses pemberangkatan dan perlindungan jamaah menjadi kegiatan yang difokuskan dalam travel ini.

b. Visi, Misi dan Tujuan Hasuna Tour Yogyakarta

1) Visi

Berkhidmat pada kenyamanan dan kekhusyukan jamaah dalam beribadah.

2) Misi

a) Menyelenggarakan bimbingan haji dan umroh yang profesional.
b) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang Islam bagi alumni.
c) Memotivasi alumni sebagai *Uswah Hasanah* di masyarakat.

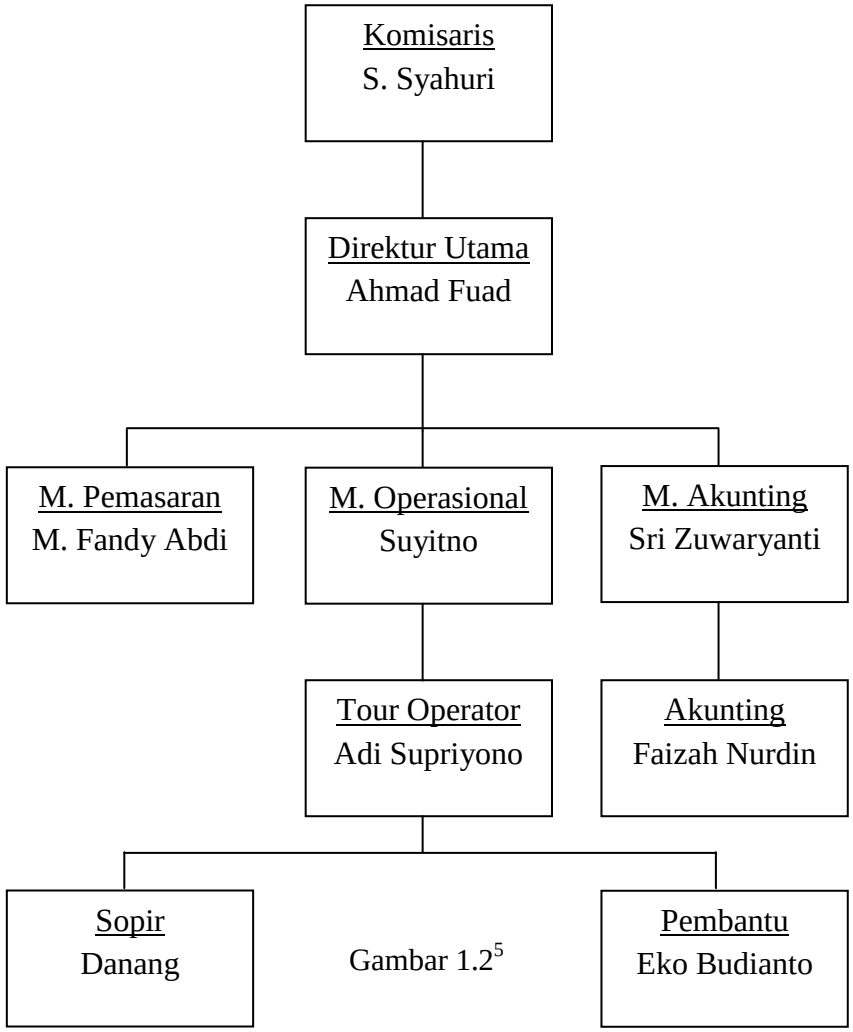
---

[3] Arsip Hasuna Tour Yogyakarta 2013
[4] *Ibid.*

3) Tujuan

Membantu memberikan bimbingan ibadah haji dan umroh serta ibadah lain untuk mendukung tercapainya haji mambrur dan menjaga kelestarian kemabruran haji dengan memberikan wahana beramal shalih bagi para jamaah menuju keselamatan dunia akhirat.

c. Struktur Organisasi Hasuna Tour Yogyakarta



Gambar 1.2[5]

[5]Arsip Hasuna Tour, Desember 2017

d. Ruang Lingkup Pemasaran Hasuna Tour Yogyakarta

Pemasaran yang dilakukan oleh Hasuna Tour meliputi wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah diantaranya :

1) Utara : Pemasaran meliputi daerah Magelang, Temanggung, Wonosobo hingga Semarang.
2) Timur : Pemasaran melipuri wilayah Klaten, Solo, Sragen, Ponorogo hingga Ngawi
3) Barat : Pemasaran melingkup wilayah Kebumen, Purworejo, Purwokerto, Gombong, Banymas dan Cilacap
4) DIY : Pemasaran melingkup seluruh kabupaten di daerah istimewa Yogyakarta.

e. Biaya Paket Pemberangkatan Haji Khusus dan Umroh 2018

1) Biaya Paket Haji Khusus

No	Harga Paket	Akomodasi Hotel
1	Quad : USD 10.500 (Satu Kamar 4 Orang)	Makkah : Ash Shafwah Royale Orchid
2	Triple : USD 11.750 (Satu Kamar 3 Orang)	Madinah : Movenpick Hotel
3	Double : USD 12.250	Jeddah : Grand Tulip Hotel

Tabel 1.1[6]

[6] Brosur Hasuna Tour Paket Haji Khusus 2018-1439H

2) Biaya Paket Umroh Desember 2017 – Maret 2018

No	Harga Paket	Akomodasi Hotel
1	USD 2.350 (Satu Kamar 4 Orang)	Makkah : Al Multazam Madinah: Dallah Tayyibah
2	USD 2.450 (Satu Kamar 3 Orang)	
3	USD 2.550 (Satu Kamar 2 Orang)	

Tabel 1.2[7]

3) Biaya Paket Umroh Mei – Juni 2018

No	Harga Paket	Akomodasi Hotel
1	USD 2.400 (Satu Kamar 4 Orang)	Makkah : Al Multazam Madinah: Dallah Tayyibah
2	USD 2.500 (Satu Kamar 3 Orang)	

[7]*Ibid.*

3	USD 2.600 (Satu Kamar 2 Orang)	

Tabel 1.3[8]

f. Program Perjalanan Umroh Hasuna Tour

1) Yogyakarta – Jakarta - Madinah

Seluruh jamaah pelaksana umroh berkumpul di Bandara Adisucipto untuk kemudian didata kembali sebelum berangkat menuju Jakarta. Sesaat setelah sampai di Jakarta, jamaah menunggu di ruang keberangkatan yang kemudian diberangkatkan langsung menuju kota Madinah, Saudi Arab.

2) Madinah

Program hari pertama yang dilaksanakan di Madinah meliputi ziarah menuju Masjid Nabawi yang dilakjutkan dengan kunjungan ke Raudhah dan diakhiri dengan ziarah di Maqam Rasulullah SAW dan para sahabat beliau.

Pada hari kedua, jamaah melaksanakan ziarah kembali menuju masjid Quba, masjid Qiblatain, menuju tempat dimana terjadi perang Khandaq dan Jabal Uhud kemudian dilanjutkan dengan berkunjung ke pasar kurma dan terakhir mengeliingi kota Madinah.

Selanjutnya pada hari ketiga pelaksanaan umroh, jamaah dipersiapkan untuk melaksanakan ibadah utama menuju kota Makkah. Sesampainya

[8]*Ibid.*

di Bir Ali, seluruh jamaah melaksanakan Miqot dan berpakaian ihram serta meniatkan diri untuk melaksanakan ibadah umroh.

Setelah ibadah umroh terlaksana pada hari ketiga, jamaah umroh diberikan waktu bebas untuk melakukan aktifitas pada hari keempat. Namun untuk seluruh jamaah dianjurkan untuk memperbanyak ibadah di dalam Masjidil Haram.

Hari kelima jamaah mengunjungi Arafah, Jabal Rahmah, Jabal Nur, Mina serta keliling kota Makkah dan kemudian keesokan harinya atau pada hari ketujuh jamaah kembali diberikan waktu luang untuk melaksanakan ibadah masing-mamsing di Masjidil Harom.

Pada hari kedelapan, seluruh jamaah melaksanakan thawaf wada' dan kemudian dilanjutkan dengan menuju ke kota Jeddah untuk berziarah di berbagai tempat disana.

Hari terakhir pelaksanaan umroh yang dilaksanakan adalah kembali menuju tanah air dengan rute Jeddah menuju Jakarta kemudian kembali ke Yogyakarta.

2. Profil PT. Surya Citra Madani Tour Yogyakarta

a. Sejarah Berdiri Surya Citra Madani Tour

Surya Citra Madani (SCM) merupakan agen travel yang khusus untuk menyediakan jasa ibadah umroh bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Agen travel ini merupakan penyedia jasa umroh yang dimiliki bersama oleh pimpinan wilayah muhammadiyah Yogyakarta dan seluruh pimpinan daerah kabupaten di Yogyakarta serta pimpinan

wilayah Aisyiah Yogyakarta. Travel ini berdiri satu kantor dengan Sekretariat Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Yogyakarta yang berada di Gedong Kuning, Kotagede, Yogyakarta. [9]

Dikarenakan saham SCM dimiliki oleh seluruh pimpinan cabang dan wilayah di Yogyakarta, SCM menjadi lembaga non profit yang sistem pendistribusian keuangan dan seluruh keuntungannya diperuntukkan untuk operasional serikat Muhammadiyah dan Aisyiyah serta untuk biaya pemberangkatan umroh bagi pegawai kantor wilayah dan daerah.

Surya Citra Madani berdiri pada tahun 2013. Pada masa awal berdirinya, SCM telah banyak memiliki jamaah yang menggunakan jasa travel ini untuk berangkat umroh. Jamaah pengguna jasa SCM merupakan para jamaah haji dan alumni KBIH Aisyiyah yang merupakan KBIH terbesar di Yogyakarta. Dikarenakan KBIH tidak lagi diberi izin untuk melaksanakan umroh, jamaah yang sebelumnya menggunakan jasa KBIH Aisyiyah untuk umroh beralih ke SCM.[10]

Pada praktiknya SCM belum dapat secara langsung untuk memberangkatkan umroh jamaah yang berminat dikarenakan belum adanya izin resmi dari Kementrian Agama. Seluruh jamaah yang menggunakan jasa SCMdidaftarkan sebagai jamaah SCM namun untuk hal teknis seperti pendaftaran visa SCM masih bekerjasama dengan beberapa rekanan yang telah memiliki izin resmi seperti Difa Mabruroh dan Musfilatun Tour.

---

[9] Wawancara dengan Dede Haris di Yogyakarta, 27 November 2017

[10] *Ibid.*

Pada tahun kelima peresmian berdirinya, setelah melaksanakan beberapa perjalanan umroh yang masih berafiliasi dengan rekanan di Jakarta dan bandung dan setelah melakukan proses pendaftaran sebagai agen travel resmi, pada tahun 2017 akhir SCM mendapatkan izin usaha dari Kementrian Kehakiman dan HAM Republik Indonesia dengan Nomor AHU-07650.AH.01.01.Tahun2014 dan memiliki nama PT. Surya Citra Madani.[11]

SCM berfokus pada penyelenggaraan pelaksanaan umroh. Rangkaian kegiatan pengelolaan umroh yang meliputi pembinaan para calon jamaah, proses pemberangkatan dan perlindungan jamaah menjadi kegiatan yang difokuskan dalam travel ini secara sungguh-sungguh sebagai pelayanan terbaik yang diberikan kepada jamaah pengguna jasa umroh dari SCM.

b. Visi dan Misi Surya Citra madani

1) Visi

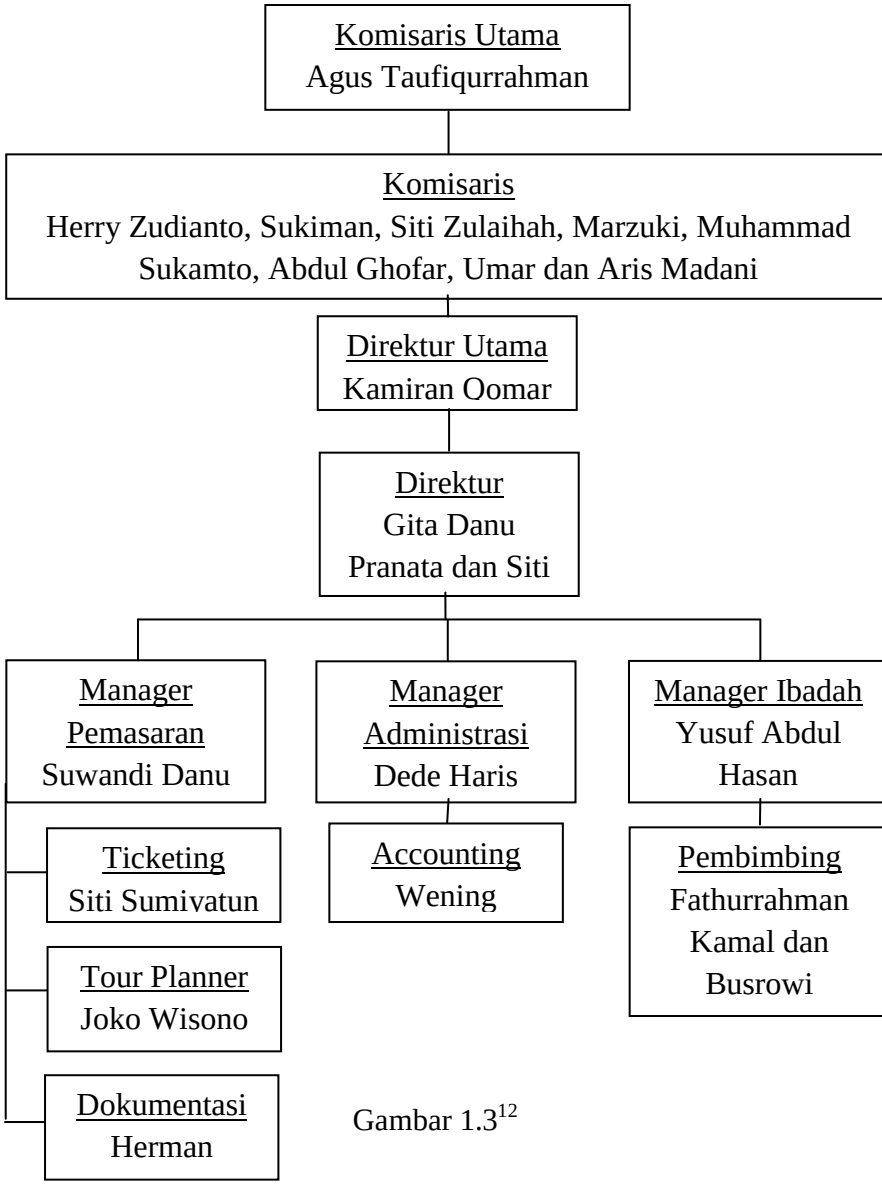
Melaksanakan ibadah umroh sesuai dengan tuntunan Rasulullah.

2) Misi

a) Memberikan pelayanan terbaik bagi jamaah.
b) Kenyamanan dan ketepatan waktu menjadi hal yang terpenting bagi kepuasan jamaah.

[11]Brosur PT. Surya Citra Madani 2018

c. Struktur Organisasi Surya Citra Madani Yogyakarta



Gambar 1.3[12]

[12] Arsip PT. Surya Citra Madani 2017

a. Biaya Paket Pemberangkatan Umroh

No	Tanggal Keberangkatan	Harga Paket	Akomodasi Hotel
1	Januari 2018 (9 Hari)	29 Juta Rupiah (All In)	Makkah : Azka Al Shafra (*****) Madinah : Al Shalihiah (****)
2	Februari 2018 (9 Hari)	26 Juta Rupiah (All In)	
3	Januari 2018 (12 Hari)	33 Juta Rupiah (All In)	Madinah : Al Haram (*****)

Tabel 1.4[13]

b. Ruang Lingkup Pemasaran Surya Citra Madani Yogyakarta

Ruang lingkup pemasaran SCM meliputi seluruh wilayah dan kabupaten di Daerah IstimewaYogyakarta, meliputi sebagian wilayah Provinsi Jawa Tengah dan diluar keduanya seperti Jawa Barat, Jawa Timur, wilayah selatan Sumatera dan Kalimantan.

c. Program Perjalanan Surya Citra Madani Yogyakarta

1) Yogyakarta – Jakarta - Madinah

Seluruh jamaah pelaksana umroh berkumpul di Bandara Adisucipto untuk kemudian didata kembali sebelum berangkat menuju Jakarta. Sesaat setelah sampai di Jakarta, jamaah menunggu di ruang keberangkatan yang kemudian diberangkatkan langsung menuju kota Madinah, Saudi Arab.

[13] *Ibid.*

2) Madinah

Program hari pertama yang dilaksanakan di Madinah meliputi ziarah menuju Masjid Nabawi yang dilakjutkan dengan kunjungan ke Raudhah dan diakhiri dengan ziarah di Maqam Rasulullah SAW dan para sahabat beliau.

Pada hari kedua, jamaah melaksanakan ziarah kembali menuju masjid Quba, masjid Qiblatain, menuju tempat dimana terjadi perang Khandaq dan Jabal Uhud kemudian dilanjutkan dengan berkunjung ke pasar kurma dengan direkomendasikan tempat berbelanja terbaik agar terhindar dari penipuan dan hal buruk lain yang tidak diinginkan dan terakhir mengeliingi kota Madinah.

3) Madinah - Makkah

Selanjutnya pada hari ketiga pelaksanaan umroh, jamaah dipersiapkan untuk melaksanakan ibadah utama menuju kota Makkah. Sesampainya di Bir Ali, seluruh jamaah melaksanakan Miqot dan berpakaian ihram serta meniatkan diri untuk melaksanakan ibadah umroh.

Setelah ibadah umroh terlaksana pada hari ketiga, jamaah umroh diberikan waktu bebas untuk melakukan aktifitas pada hari keempat. Namun untuk seluruh jamaah dianjurkan untuk memperbanyak ibadah di dalam Masjidil Haram.

Hari kelima jamaah mengunjungi Arafah, Jabal Rahmah, Jabal Nur, Mina serta keliling kota Makkah dan kemudian keesokan harinya atau pada hari ketujuh jamaah kembali diberikan waktu luang untuk melaksanakan ibadah masing-masing di Masjidil Harom.

4) Makkah – Jeddah – Tanah Air

Pada hari kedelapan, seluruh jamaah melaksanakan thawaf wada' dan kemudian dilanjutkan dengan menuju ke kota Jeddah untuk berziarah di berbagai tempat disana. Jeddah menuju Jakarta kemudian kembali ke Yogyakarta.

3. Biografi Para Pelaku Ibadah Umroh Pada Tahun 2015 – 2017

Responden tesis ini berjumlah 5 orang yang dipilih sesuai pertimbangan beberapa kualifikasi variabel penelitian. Selain background kehidupan dan pusat agen travel yang diikuti, tahun keberangkatan umroh termasuk dalam klasifikasi. Kelimanya merepresentasikan periode tahun keberangkatan umroh dalam kurun waktu 2015 – 2017 dan latar belakang baik ekonomi dan keluarga. Berikut biografi singkat kelima responden tersebut:

Responden pertama adalah Ses Fitriani yang bertempat tinggal di Perumahan Pilahan, Rejowinangun, Kota Yogyakarta. Responden dengan tahun lahir 1985 ini telah berkeluarga dan memiliki tiga anak. Dia memiliki latar belakang keluarga yang berwirausaha dan saat ini juga sedang menjalani usaha warung dan vape store dengan suaminya di daerah Kotagede. Responden ini juga telah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi di Jakarta dengan bidang Ekonomi. Dia dan suaminya melakukan umroh pada Bulan Maret Tahun 2017.

Selanjutnya responden yang juga melaksanakan umroh di tahun yang sama dengan Ses Fitriani adalah Evaluasi. Dia lahir di Magelang pada Tahun 1986 namun kemudian menetap dan menjadi penduduk Kota Yogyakarta, tepatnya di Gambiran. Memiliki latar belakang pendidikan hingga ke jenjang Master bidang komunikasi, Evaluasi memiliki kesempatan bekerja sebagai wartawan di media lokal Yogyakarta walaupun pada akhirnya

mengundurkan diri karena berumah tangga. Selain menjadi ibu rumah tangga yang memiliki dua anak, saat ini dia juga sedang menggeluti usaha online sebagai kegiatan sampingan.

Andi Kurniawan adalah responden penelitian yang ketiga yang berlokasi di daerah Gedong Kuning, Yogyakarta. Dia melakukan ibadah umroh pada Tahun 2017 bersama keluarganya. Responden dengan kategori usia muda, kelahiran Tahun 1993 dan belum menikah, selain menjalani statusnya sebagai mahasiswa pendidikan Master, ia juga disibukkan dengan usaha peternakan ayam milik kakak kandungnya di Daerah Bantul.

Responden selanjutnya ialah pelaku umroh dengan keberangkatan Tahun 2016. Auliya Shoffi yang lahir pada Tahun 1978 di Tuban namun akhirnya menetap di Gambiran, Yogyakarta. Ia memutuskan untuk menjadi penduduk Yogyakarta setelah menyelesaikan studi sarjana dan pasca sarjana Bidang Ekonomi dan Akuntansi di salah satu kampus ternama di Yogyakarta. Saat ini dia bekerja sebagai karyawan swasta di Perusahaan Time Excelindo.

Dan yang terakhir adalah Dita Kusumajati, responden yang melakukan umroh pada Tahun 2015 sekaligus mendampingi kakek dan neneknya yang sudah renta. Dia lahir pada Tahun 1993 dan sudah berkeluarga. Saat ini dia sedang menyelesaikan pendidikan profesi kedokteran dan juga dalam proses menjalani pendidikan master di Yogyakarta. Selain disibukkan dengan praktek untuk profesi kedokteran umum di Rumah Sakit Umum Bantul, dia juga membantu keluarga dan suaminya yang memiliki usaha jual beli ternak ayam.

Dari hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa semua responden di atas menggunakan jasa dan agen travel umroh yang berlokasi di Yogyakarta. Penulis juga melakukan wawancara non – struktural dengan beberapa warga atau orang terdekat para responden tentang isu

implikasi sosial setelah kepulangan ke tanah air. Untuk diskusi lebih lanjut mengenai analisa dari perjalanan dan pengalaman Ibadah umroh para responden tersebut dijelaskan lebih rinci dalam sub bab analisa berikutnya.

B. Pembahasan

1. Motif dan Preferensi Ibadah Umroh di Kota Yogyakarta

Dalam sub – bab ini, penulis menganalisa hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara kepada lima responden pelaku ibadah umroh dan dikolaborasikan dengan data penelitian terhadap dua agen travel umroh di Yogyakarta. Analisis dalam konteks ini menggunakan landasan teori motivasi para pakar psikolog yang di kutip oleh Faizah dalam buku *Psikologi Dakwah*(2006) dan teori preferensi oleh Richard Sandhusen dalam kerangka *Buyer's Black Box* di dalam bukunya yang berjudul *Marketting* (2000).

Berdasarkan data yang diperoleh, penulis menemukan berbagai motivasi yang menjadi alasan kelima responden melakukan ibadah umroh dalam periode 2015 – 2017. Mengulang kembali definisi motivasi sebagai posisi penentu bagi kegiatan seseorang dalam usahanya mencapai tujuan,[14] penulis melihat adanya perbedaan alasan utama dari semua responden memutuskan untuk berumroh secara sosial, namun pada akhirnya memiliki esensi yang sama secara tujuan spiritual.

Argumen penulis di atas bisa dianalisa dari latar belakang motif para pelaku umroh yang berhubungan dengan inisiasi utama. Sepertihalnya responden bernama Dita Kusumajati dan Andi Kurniawan yang melakukan umroh dikarenakan perannya sebagai pendamping keluarga. Dita mendampingi kakek neneknya yang sudah tua renta

[14] Faizah, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 106.

sedangkan Andi Kurniawan menemani Ayahnya dan kebetulan hanya dialah satu satunya anggota keluarga yang belum melaksanakan umroh.

Motif lainnya yang penulis temukan adalah pelaksanaan umroh dikarenakan hajat atau nadzarnya terkabul. Seperti yang diungkapkan oleh responden bernama Ises Pitriani berikut, "Sebenarnya saat itu saya dan suami sedang menjual rumah dan bernadzar apabila rumah kami ada yang beli, kami akan berangkat umroh. Dan kebetulan awal Tahun 2017 rumahnya terjual, jadi kami langsung menepati janji dan segera mendaftar umroh[15]." Narasi ini bisa dikategorikan bahwa umroh yang diniatkan berhubungan dengan hajat muamalah. Mengenai analisa dari sudut pandang klasifikasi teori motivasi aka dijabarkan di paragraf selanjutnya.

Kesempatan atau peluang juga menjadi salah satu alasan yang ditemukan dalam proses penelitian. Peluang di sini memiliki referensi dalam aspek pekerjaan. Sepertihalnya responden Evaluasi yang sudah berkeluarga dan memiliki anak. Suami responden tersebut bekerja di perusahaan swasta, sebagai salah satu manager, yang memiliki reward umroh setiap tahunnya. Di tahun ketiga kalinya sang suami memiliki kesempatan beribadah umroh, dan secara kebetulan masih tersisa beberapa slot atau kursi jamaah anggota keluarga perusahaan, akhirnya Evaluasi dan anaknya juga berangkat bersama dengan suami.

Selanjutnya adalah alasan responden bernama Auliya Shoffi yang memiliki motif utama berbeda dibandingkan lainnya. Keberangkatannya umroh merupakan impian sejak lama yang akhirnya terkabul dengan alasan ingin memperbaiki diri. Baginya, berangkat ke Baitullah

[15] Wawancara dengan Ses Pitriani di Yogyakarta, 4 Januari 2018

merupakan cara baginya untuk menjadi lebih baik. Kesimpulan dari motif utama keberangkatan umroh responden tergabung dalam tiga aspek yaitu pendampingan, pemenuhan dan juga perbaikan yang ketiganya memiliki tujuan akhir yang sama yakni dalam aspek spiritual.

Aspek kedua setelah isu motif dalam ibadah umroh ialah preferensi. Dalam kasus ini, preferensi berhubungan dengan sebuah pilihan para pelaku ibadah umroh dalam memutuskan agen atau jasa travel yang digunakan sebagai partner perjalanan. Dalam analisanya, penulis mendiskusikan bagaimana proses para responden memilih dan menggunakan agen travel tertentu dengan berbagai pertimbangan sesuai dengan teori preferensi yang tertera di bab sebelumnya.

a. Teogenetis, Biogenetis dan Sosiogenetis

Motivasi sebagai sebuah dorongan yang mempengaruhi tingkah laku seseorang untuk melakukan sesuatu atas pencapaian tujuan tertentu dapat dipahami melalui berbagai sudut pandang.[16] Kasus preferensi dan motif umroh dalam penelitian ini dibahas berdasarkan teori motivasi yang dikemukakan oleh WA Gerungan dimana asal muasal motivasi secara dominan dapat ditelisik dari tiga klasifikasi yaitu motif teogenetis, biogenetis, dan sosiogenetis. Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengklasifikasikan para responden sesuai dengan motif yang menjadi alasan utama dalam keberangkatan ibadah umroh periode Tahun 2015 – 2017.

Kasus pertama yaitu pengalaman Ses Pitriani dan Auliya Shoffi bisa dikategorikan dalam motif teogenesis dimana keputusan ibadah umroh mereka

[16] Faizah, *Psikologi Dakwah,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 106.

yakni dalam rangka merealisasikan norma-norma agamanya. Sepertihalnya responden Ses Pitriani yang berusaha menepati janji atau nadzarnya segera setelah rumahnya terjual. Konteks ini merupakan sebuah perwujudan syukur atas apa yang dia usahakan sebagai bukti implementasi interaksi personal dia dengan Allah SWT. Auliya Shoffi tidak jauh bedanya namun ia memiliki titik yang sedikit berbeda. Bukan tentang janji atau nadzar melaikan keinginan untuk bisa mem perbaiki diri melalui ibadah umroh ia jalani. Keinginan untuk menjadi pribadi yang lebih baik nan Islami menjadi motivasi utama dia berangkat ke Baitullah. Seperti yang dia katakan dalam sesi wawancara, "Saya ingin segeraumroh, bisa bertaubatdanberdoa langsung di Baitullah. Motivasi besarnya yaitu ingin menjadi Muslimah yang sholihah." [17] Pengalaman kedua responden ini menunjukkan bahwasanya motif teogenetis sangatlah tampak pada inisasi mereka ingin segera melaksanakan ibadah umroh.

Selanjutnya, pengalaman Auliya Shoffi yang termasuk dalam kategori motif teogenetis juga bisa dianalisis menggunakan motif biogenetis secara bersamaan. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana dia menarasikan keinginan dia untuk berangkat umroh yang bisa diasosiasikan dengan kebutuhan yang berasal dari dalam dirinya. Seperti argumen dalam teori biogenetis yang bersumber dari individu dan kemudian berkembang dengan sendirinya, tidak terikat dengan lingkungan dan kebudayaan di sekitarnya [18]. Inisiasi untuk memperbaiki diri secara internal dan spiritual yang diwujudkan dengan beribadah umroh dalam kasus

[17] Wawancara dengan Auliya Shoffi di Yogyakarta, 30 Januari 2018

[18] Faizah, *Psikologi Dakwah,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 114.

responden ini bisa dipahami bahwa kebutuhan individu berpengaruh pada pada kebaikan dan keberlanjutan hidup setelahnya.

Berbeda dengan kasus dua responden lainnya, Dita Kusuma Jati dan Andy Kurniawan berhubungan dengan motif sosiogenetis dimana peran mereka berdua dalam inisiasi utama keberangkatan umroh ialah menjadi pendamping keluarga yang sudah renta. Keterlibatannya dalam perjalanan umroh perdananya ialah dalam rangka membantu dan mendampingi. Dorongan melakukan sesuatu berdasarkan interaksi individu sebagai makhluk sosial dalam kehidupan bermasyarakat adalah argumen yang tepat untuk megkualifikasikan kasus dua responden ini dalam konteks motif teogenesis.

Penulis menyimpulkan, analisis ibadah umroh kelima responden yang dilihat dari sudut pandang teori teogenetis, biogenetis dan sosiogenesis menjelaskan konteks yang bermacam-macam. Alasan yang menjadi latar belakang merupakan *driving force*yang kemudian menggerakkan mereka untuk bertingkah laku dengan tujuan tertentu yakni ibadah umroh itu sendiri. [19] Penulis juga berargumen bahwasanya kelima responden mempunyai latar inisiasi berbeda di awal pertama mereka memutuskan untuk berangkat umroh namun pada akhirnya mereka pada titik yang sama yaitu tujuan pengalaman spiritual.

b. Pelaku Umroh Dalam Sudut Pandang Al-Qur'an

Motivasi atau dorongan untuk melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu juga bisa dianalisa melalui sudut pandang Kitab Suci Al-Qur'an. Kaitannya dengan kasus penelitian ini, penulis juga

[19] Mohd. Ainon,*Panduan Menggunakan Teori Motivasi di Tempat Kerja*. (Bukittinggi: PTS Profesional Publishing. 2003).

melihat beberapa narasi data responden yang sesuai dengan motif-motif bersumber dari tafsiran Ayat-Ayat Al-Qur'an. Seperti yang sudah dijelaskan di bab 2 dalam kerangka teori, pembahasan motif dalam Al-Quran bisa dpahami dalam dua bagian yaitu motif fisiologis yang mencakup motif menjaga diri dan melestarikan kehidupan serta motif psikologis yang mencakup motif untuk memiliki, motif memusuhi, motif berkompetisi dan motif beragama. [20] Namun berdasarkan hasil penelitian, penulis hanya berfokus dalam pembahasan motif psikologis dengan tiga cakupan yaitu motif memiliki yang penulis asosiasikan dengan motif mengalami, motif berkompetisi dan motif beragama.

Keinginan untuk mengalami sebuah perjalanan spiritual melalui Ibadah umroh adalah representasi sebuah motif psikolgis yang penulis temukan di semua narasi responden penelitian ini. Penulis juga melihat perbedaan usaha yang dilakukan para responden untuk mencapai pengalaman tersebut. Usaha dalam hal ini ialah suatu pengorbanan yang dilakukan untuk kemudian mengalami perjalanan umroh tersebut.

Ketiga responden Dita Kusuma Jati, Andi Kurniawan dan Evaluasi melewati proses sangat mudah karena usaha menuju keberangkatan mereka beribadah umroh bukan dalam rentang waktu lama. Lain halnya dengan dua responden Ses Pratiwi dan juga Auliyya Shoffi yang harus melewati sebuah tahapan tertentu untuk kemudian berangkat umroh. Sesuai yang dijelaskan di paragraf sebelumnya, ketiga responden pertama memperoleh sebuah reward atau hadiah sehingga mereka bisa berangkat umroh dengan

[20] Faizah, *Psikologi Dakwah,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 122

instan bahkan tanpa ada rencana jauh – jauh hari sebelumnya. Data wawancara dengan Dita Kusuma Jati menunjukkan bahwa dia dan keluarganya hanya butuh waktu 3 minggu dari rentang pembayaran menuju keberangkatan. Berbeda dengan Ses Pratiwi yang harus melewati sebuah proses transaksi muamalah jual aset keluarga dan juga Auliya Shoffi yang menabung jauh hari sebelumnya. Motif ingin mengalami inilah yang kemudian mendorong mereka untuk melakukan sesuatu sehingga sampai pada tujuannya yakni Ibadah umroh.

Diskusi kedua yaitu motif berkompetisi. Dalam salah satu tafsiran Ayat Al-Quran sangat jelas dipaparkan bahwasanya seorang Muslim anjurkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan dan kemanfaatan. Ialah berkompetisi dalam aspek peribadatan juga sangat dianjurkan. Mengenai Ibadah umroh yang sebagian ulama mewajibkan pun juga sunnah dilakukan sesuai dengan syarat, kriteria penentuan, penulis juga melihat adanya esensi kompetisi dalam kasus lima responden ini.

Kompetisi dalam kasus ini tentunya bersifat positif. Seperti salah satu contoh dari latar belakang keluarga responden Dita Kusuma Jati, Andi Kurniawan dan Evaluasi. Pengalaman ketiganya dalam melaksanakan umroh terselip sebuah makna kompetisi dimana keluarga lainnya telah lebih dahulu melaksanakan umroh, sehingga menggerakkan mereka untuk juga berkunjung ke Baitullah. Bahkan sesuai narasi yang mereka jelaskan, hampir semua anggota keluarga mereka memiliki porsi kursi tersendiri untuk melakukan ibadah umroh dan ibadah haji. Penulis berargumen bahwasanya kasus ini dipahami sebagai tradisi kompetisi di lingkungan keluarga atau kerabat.

Bilamana ada salah seorang yang belum berangkat dianggap ada hal yang kurang atau tidak lengkap.

Motif Psikologis selanjutnya ialah motif beragama. Antara pencipta dan yang dicipta menjadi poin utama untuk menjelaskan motif ini. Manusia dalam hatinya memiliki dorongan untuk mencari kebenaran dan memikirkan asal muasal penciptaan dirinya dan alam semesta terutama penciptanya. Dorongan tersebut menjadikan mereka, para responden penelitian ini, memiliki keinginan untuk bertamu ke Baitullah, meninggalkan kesibukan dunia untuk sementara, melihat langsung pusat kiblat atau Ka'bah ummat Muslim, berdoa dan meminta pertolongan di tempat mustajabah, dan berziarah ke makam Rasulullah SAW serta tempat – tempat bersejarah Islam lainnya. Hal inilah yang merupakan motif atau pendorong kelima responden tersebut melakukan ibadah umroh.

"Saya ingin menyegerakan ibadah umroh karena saya khawatir nanti tidak akan ada kesempatan atau waktu lagi. Ibadah umroh ini saya lakukan sekaligus menepati nadzar yang sudah disepakati bersama suami." [21] Begitulah paparan responden Ses Pitriani yang menujukkan substansi motif beragama dalam perjalanan umrohnya. Ada rasa khawatir dan takut jika lengah dengan kesempatan yang ada, dia tidak akan bisa menjalankan di kesempatan selanjutnya."

Dalam penjelasan ini, penulis berargumen bahwasanya motif beragama telah dimiliki oleh semua responden, salah satunya berdasarkan status mereka sebagai orang Islam dengan Baitullah sebagai pusat tujuan untuk membersihkan diri, menyucikan hati dan

[21] Wawancaradengan Ses Pitriani di Yogyakarta, 4 Januari 2018

menyaksikan ke-Esaan Allah SWT dengan berbagai napak tilas para Nabi dan Rasulnya sebagai sebuah refleksi akan perjalanan hidup mereka di dunia untuk tujuan akhirat nanti.

c. Umroh Sebagai Mediasi

Ibadah umroh, seperti yang sudah dijelaskan di bab pendahuluan, merupakan ibadah yang menjadi sunnah sekaligus wajib sesuai dengan syarat dan kriteria bagi Ummat Islam menurut beberapa pendapat Imam madzhab. Dari kasus penelitian ini, penulis menemukan sebuah pernyataan bahwasanya ibadah umroh dijadikan sebuah mediasi menuju ibadah haji atau mediasi menggantikan ibadah haji.

Ada dua pengertian dari mediasi tersebut. Pertama, mereka melakukan ibadah umroh sebagai mediasi pengganti atau alternatif bilamana mereka tidak memiliki kesempatan untuk beribadah Haji. Pengertian kedua, ibadah umroh dijadikan momen menunggu waktu keberangkatan ibadah haji bagi mereka yang sudah mendaftarkan dirinya. Sebagian dari para responden yang sudah mendaftar haji terlebih dahulu, sambil lalu menunggu jeda keberangkatan Haji sebagai rukun Islam yang ke – lima, mereka juga melakukan umroh sebagai pengalaman spiritual pendahuluan. Hal ini dialami oleh responden Andi Kurniawan dan Evaluasi. Jika Andi menunggu untuk tahun keberangkatan, lain halnya dengan Evaluasi yang seharusnya sudah berangkat di dua tahun terakhir namun ia undurkan dikarenakan melahirkan dan anaknya masih dalam usia dini.

Penulis juga menemukan narasi responden yang menyatakan bahwa umroh sebagai pilihan atau alternatif jikalau kesempatan berhaji tidak mereka miliki. Hal ini disampaikan oleh Ses Pratiwi dan

Auliyya Shoffi yang belum mendaftar ibadah haji. Mereka mengungkapkan bahwa setidaknya mereka pernah melihat ka'bah sebagai kiblat sholat Ummat Islam di dunia dan mengunjungi Madinah, singgahsana Rasulullah SAW walau sekali seumur hidup. Seperti yang telah diketahui bahwa saat ini rentang waktu keberangkatan ibadah sudah mencapai rentang waktu 20 – 25 tahun lamanya. Namun dalam narasinya, mereka tidak menutup diri untuk tetap berharap suatu hari nanti bisa mendaftarkan diri untuk beribadah haji bahkan berumroh kembali.

Kesimpulannya, substansi mediasi dalam beribadah umroh merupakan batu loncatan bagi mereka yang ingin mengalami dan mengunjungi Baitullah dengan segera tanpa menunggu lama atau harus melewati antrian panjang. Mediasi tersebut dapat bermakna permulaan pengalaman sebelum ibadah haji mereka lakukan dan juga sebagai pilihan satu – satunya untuk bisa merasakan pengalaman spiritual bagi mereka yang belum memiliki kursi dalam registrasi ibadah haji.

d. Preferensi Umroh Kelas Menengah Yogyakarta

Dalam sub analisis ini, penulis membahas tentang integrasi dan koneksi isu pelaku ibadah umroh dengan penyedia jasa atau agen travel umroh di Yogyakarta. Agen travel yang dipilih sebagai responden penelitian yaitu Hasuna Tour dan SCM (Surya Citra Madani) sebagai salah satu dari sekian banyak penyedia jasa umroh yang ada di Kota Yogyakarta.

Dari hasil data yang diperoleh, penulis menemukan titik temu bahwa preferensi ibadah umroh kelas menengah di Yogyakarta bertumpu pada dua hal penting yakni pengalaman dan pelayanan. Point

tentang pengalaman ini dilatarbelakangi oleh keinginan kuat individu untuk mengalami perjalanan umroh itu sendiri dengan suatu tujuan, baik sosial maupun spiritual. Aspek pelayanan dalam hal ini berhubungan dengan nilai yang akan mereka dapatkan dari agen travel selama mereka menjalani ibadah umroh, baik dari segi fasilitas, *treatment* jasa penyedia terhadap mereka serta kepuasan yang berujung pada rekomendasi atau bahkan repetisi. Argumen ini sesuai dengan pendapat Marwan dalam definisi preferensi bahwasanya sikap pelanggan yang menginginkan suatu produk atau jasa pelayanan berdasarkan kemampuan untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan[22]. Maka dari itu, pelayanan dalam narasi para responden penelitian ini juga berdasarkan pada kemampuan mereka yang berhubungan dengan finansial yang secara signifikan menentukan level *treatment* dan fasilitas yang mereka peroleh selama perjalanan umroh.

Sesuai dengan perbandingan dua agen travel ibadah umroh (Hasuna Tour dan SCM), data penelitian menunjukkan rate atau biaya perjalanan umroh dengan level pelayanan kelas bisnis di angka 30 jutaan rupiah dimana untuk kelas ekonomi di bawah angka tersebut yang berkisar 25 jutaan. Angka 30 juta ini menjadi salah satu representasi harga market agen travel jasa untuk kelas pelayanan bisnis yang berada di Yogyakarta.

Dari hasil observasi wawancara kelima responden, mereka semua menggunakan pelayanan kelas bisnis dengan angka yang menjadi taksiran market tersebut walaupun mereka tidak menggunakan dua agen travel yang menjadi responden penelitian ini.

[22] Marwan Asri, *Marketing*. Cetakan Kedua, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada: 1990), h. 12.

Penulis berpendapat bahwasanya kelima responden yang tergolong kategori kelas menengah Yogyakarta memiliki preferensi pengalaman berumroh dengan mempertimbangkan pelayanan daripada nominal. Pelayanan dalam hal ini merujuk pada nilai kepuasan dengan fasilitas yang memudahkan mereka untuk menjalani umroh dengan lancar dan khusuk tanpa ada halangan apapun, khususnya dalam hal teknis.

Dengan kata lain, mereka akan menomorsatukan fasilitas yang mereka dapatkan sepertihalnya akomodasi dan hotel tempat tinggal demi kenyamanan prosesi peribadatan. Argumen ini sesuai dengan salah satu ungkapan responden bernama Dita Kusuma Jati yang mengatakan, "Ketika orang tua memilih agen travel untuk kakek, nenek dan saya yang berperan untuk mendampingi mereka, pertimbangan utama yang kami pilih adalah fasilitas dan pelayanan, sepertihalnya hotel yang memang sengaja mencari tepat di dekat masjid sehingga mempermudah kami untuk beribadah dan juga penerbangan dengan maskapai *direct*/langsung tanpa ada transit."[23]

Selain pelayanan yang menjadi pertimbangan utama dalam memilih penyedia jasa travel umroh, pengalaman mereka secara emosional selama berumroh juga menentukan feedback jangka panjang untuk agen travel setelahnya. Hal ini diakui oleh manager pemasaran dari Hasuna Tour dan SCM ketika penulis melakukan wawancara terkait *feedback* yang diperoleh perusahaan dari pemakai jasa atau pelaku umroh. Banyak dari mereka yang melakukan repetisi pemberangkatan ibadah umroh baik untuk mereka sendiri atau rekomendasi kepada kerabat, sahabat dan

[23] Wawancara dengan Dita Kusumajati di Yogyakarta, 16 Januari 2018

keluarga besar[24]. Hal ini adalah indikasi bahwasanya pengalaman dan pelayanan agen travel terhadap para pelaku umroh sebagai klien membuahkan kesan dan dampak positif pada *profiling* dan *selling* penyedia jasa tersebut. Selain itu, dua poin ini jugalah yang menentukan preferensi para responden selaku pelaku umroh kalangan kelas menengah dalam memilih agen travel sebagai pelaksana keberangkatan ibadah umroh mereka.

Kasus di atas sangat berhubungan dengan teori preferensi yang dikemukakan oleh Richard Sandhusen melalui konsep *Buyer's Black Box.* Dalam konsep ini, Sandhusen menelaah faktor-faktor yang mendukung isu preferensi dimana bukan hanya dalam faktor internal saja yang memperngaruhi melainkan ada faktor eksternal yang lebih ditekankan. Stimuli marketing dan stimuli lingkungan adalah dua aspek yang mencangkupi faktor eksternal tersebut.[25]

Penulis melihat keterkaitan isu dalam penelitian ini dengan konteks teori Sandhusen baik dilihat dari sisi agen travel umroh dan sisi para pelaku umroh sebagai konsumen. Dalam aspek stimuli marketing, 4P's yang mencangkup produk (*product*), penerapan harga (*price*), lokasi tempat (*place*), dan promosi seperti iklan (promotion) membantu penulis dalam memahami bagaimana dinamika penjualan jasa travel ibadah umroh berinteraksi dengan pergulatan pasar masyarakat menengah di Yogyakarta. Sesuai data yang dihasilkan melalui observasi, kelima responden menggunakan agen travel umroh yang semua berpusat di Yogyakarta dengan penetapan harga di atas rata –

[24] Wawancara dengan Dede Haris di Yogyakarta, 27 November 2017

[25] Richard Sandhusen, "*Marketing",* (New York: Baron's Educaional Series, 2000)

rata. Produk jasa penawaran yang mereka pilih, kesemuanya dalam kategori kelas bisnis bahkan eksekutif. Dalam aspek promosi berdasarkan hasil penelitian, mereka mengetahui agen travel ibadah umroh tersebut melalui informasi rekomendasi tetangga dan kerabat terdekat. Maka dari itu, gambaran 4 hal tersebut sangat membantu pihak konsumen dalam mempertimbangkan pilihan – pilihan mereka dalam melakukan ibadah umroh dengan orientasi kepuasan dan kekhusuan dalam perjalanan spiritual. Hal ini juga membuktikan bahwasanya aspek harga bukanlah hal yang signifikan menjadi permasalahan bagi mereka yang kesemuanya berasal dari latar belakang masyarakat dengan kelas ekonomi menengah ke atas.

Penjelasan selanjutnya adalah stimuli lingkungan dalam memahami arah preferensi kasus pelaku umroh di kalangan masyarakat menengan di Yogyakarta. Aspek ini berhubungan kondisi sekitar masyarakat tersebut sepertihalnya dilihat dari faktor ekonomi dari sudut pandang finansial negara, inflasi, dan keadaan politik. Menurut hasil atau data yang diperoleh, peneliti tidak menemukan keterkaitan yang siginifikan antara kasus ini dengan 3 hal tersebut bahkan para agen travel melihat adanya kenaikan bisnis travel dan peminat yang terjadi di kurun waktu lima tahun terakhir. Hal ini bisa dianalisa dari perkembangan dan penggunaan teknologi dan internet yang semakin marak di kalangan masyarakat Indonesia sehingga mempermudah akses para pelaku umroh untuk memperoleh informasi tambahan mengenai berbagai penawaran agen perjalanan dan wisata religi terkini.

Analisa berikutnya adalah preferensi yang dilihat dari faktor internal pelaku umroh di kalangan masyarakat menengah Yogyakarta dalam menentukan atau memutuskan pilihan atas sebuah produk dan jasa.

Sandhusen mengklasifikasikannya menjadi dua hal yaitu Karakteristik Konsumen dan Proses Pengambilan Keputusan[26]. Dalam isu pelaku umroh dengan lima responden terlibat dalam penelitian ini, karakteristik konsumen merepresentasikan sebuah kepribadian dan motivasi personal yang berhubungan dengan gaya hidup mereka sebagai golongan masyarakat kelas menengah di Yogyakarta. Pengetahuan mereka terhadap agen travel tersebut juga sangat mempengaruhi mereka dalam menentukan pilihan akhir. Seperti yang dinarasikan oleh agen SCM sebagai agen travel yang didirikan berdasarkan permintaan pasar jama'ah Muhammadiyah di Yogyakarta, branding dan profiling agen tersebut juga mampu menarik perhatian dan kepercayaan sesama anggota jema'at atau organisasi untuk memilih jasa ibadah umroh mereka. Motivasi yang peneliti temukan dalam kasus ini juga bisa dilatarbelakangi oleh keterlibatan diri dalam asosiasi dan keterkaitan emosi individu dalam *framing* karakteristik konsumen. Faktor kedua adalah proses pengambilan keputusan akhir yang bisa dievaluasi dari para pelaku ibadah umroh dalam memutuskan penggunaan jasa umroh tersebut melalui serangkaian pertimbangan dan perbandingan berbagai aspek sepertihalnya record jasa dalam hal pelayanan, hal apa saja yang ditawarkan, perbandingan harga, dan pengalaman – pengalaman jamaah umroh sebelumnya yang telah menggunakan jasa tersebut.

Isu terakhir dalam sub bab ini mengenai signifikansi masyarakat kelas menengah yang memiliki market potensial bagi para penyedia jasa agen travel umroh di Yogyakarta. Diskusi di bab teori sebelumnya bahwa masyarakat kelas menengah memiliki peran

[26]*Ibid.*

penting dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi Indonesia melalui berbagai aspek seperti halnya investasi sumberdaya manusia, konsumsi dan kegiatan ekonomi, peningkatan jumlah wirausahawan, tabungan, ekspansi kelompok sosial dan investasi jangka panjang.[27] Argumen ini didukung oleh hasil data yang diperoleh peneliti dalam hal dinamika repetisi perjalanan ibadah umroh yang dilakukan oleh sebagian besar kalangan masyarakat kelas menengah Yogyakarta.

Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan dua agen yang telah disebutkan permulaan bab, mereka memperoleh banyak permintaan repetisi dari pelaku umroh yang sama setiap tahunnya khususnya ketika hari libur tiba atau menjelang akhir dan awal tahun. Motif repetisi ini bisa dilihat dari dukungan aspek finansial mereka secara *income* yang berlebih dan ibadah umroh menjadi salah satu cara investasi ibadah sebagai perjalanan spiritual.

Kesimpulan daripada preferensi pelaku ibadah umroh di kalangan masyarakat kelas menengah Yogyakarta dengan lima responden sebagai representasi isu ini mengkolaborasikan dua aspek yaitu pengalaman dan pelayanan. Hasil analisa menunjukkan bahwa dua aspek ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dari beragam sudut pandang. Kedua aspek tersebut dalam ranah penilaian preferensi mereka juga memberikan sebuah presepsi kelanjutan mengenai rekomendasi dan repetisi ibadah umroh itu sendiri. Pada akhirnya, rekomendasi dan repetisi tersebut telah melalui banyak pertimbangan dan penilaian hingga sampai pada hasil akhir penentuan dan keputusan untuk

[27]Muhammad Afdi Nizar, "Kelas Menengah (Middle Class) dan Implikasinya Bagi Perekonomian Indonesia*", Research Gate*,(2015).

menggunakan sebuah jasa perjalanan spiritual baik yang bersifat individu secara personal atau berkompok dalam asosiasi kelompok organisasi atau golongan.

2. Implikasi dan Refleksi Ibadah Umroh

Setiap perbuatan yang dilakukan akan memberikan implikasi, baik yang berdampak kepada individu seseorang ataupun lingkungan sekitar. Selain implikasi, sebuah refleksi yang dihasilkan merupakan proses dari usaha individu untuk mengambil semua pelajaran dan hikmah dari setiap pengalaman dan perjalanan. Dalam konteks ibadah umroh yang dilakukan oleh kelima responden penelitian ini, mereka menarasikan berbagai implikasi dan refleksi yang beragam dari kisah perjalanannya dimulai sejak mereka berniat untuk melakukan ibadah hingga mereka pulang kembali ke tanah air.

Peneliti menemukan sebuah narasi yang berhubungan dengan transisi personal dan spiritual dalam proses perjalanannya. Argumen ini didukung oleh Ali Shariati dalam bukunya yang berjudul *Haji* bahwasanya setiap manusia yang memutuskan untuk melakukan ibadah baik itu umroh ataupun haji akan mengalami pergeseran dari posisinya sebagai masyarakat politheisme ke dalam masyarakat monotheisme atau tauhi.[28] Dengan kata lain, sebelum melakukan ibadah, manusia cenderung berfokus pada perbedaan sepertihalnya jabatan, kekayaan, kelas, dll sehingga melupakan adanya persamaan hakikatnya sebagai manusia yang sama di hadapan Tuhannya. Maka dari itu, posisi implikasi dan refleksi sangatlah penting dalam setiap perbuatan dan tindakan, khususnya dalam ibadah umroh sebagai isu utama dalam penelitian ini.

Menanggapi penjelasan di atas, peneliti menganalisa tentang bagaimana implikasi pelaksanaan umroh pada lingkungan sosial setelah umroh dilakukan. Sebagai salah

[28]Ali Shariati, *Haji*, (Bandung : Pustaka, 2009), hlm. 15.

satu dari rumusan masalah tesis ini, peneliti mengolaborasikan hasil narasi wawancara kelima responden, orang – orang di sekitar mereka termasuk teman, sahabat dan kerabat, juga observasi partisipasi peneliti selama proses penelitian berlangsung, sepertihalnya keseharian mereka dalam aktifitas bekerja dan berkegiatan. Dalam sub – bab ini, ada dua poin yang menjadi pembahasan inti, pertama yaitu persepsi eksistensi dan aktualisasi dalam ibadah umroh. Poin kedua mengenai analisa implikasi dan refleksi ibadah umroh baik yang merujuk pada sisi personal ataupun sosial sesuai data penelitian yang dihasilkan.

a. Eksistensi dan Aktualisasi dalam Umroh

Sebagai eksistensi atau aktualisasi, dua hal inilah yang menjadi kerangka gagasan pertanyaan yang dibuat peneliti sebelum melakukan observasi kepada lima responden. Eksistensi yang dimaksud mengarah pada sebuah isu masa kini tentang perjalanan umroh yang dijadikan media untuk mengeksiskan diri dalam pergerakan ibadah praktis bernafaskan ritual dan napak tilas sejarah kenabian. Eksistensi juga dipahami sebagai arena pertunjukan diri di panggung sosial dengan atribut kelas dan tingkat pengenalan diri pada Tuhan dan dalam masyarakat. Hal lainnya adalah aktualisasi yang dapat dipahami bahwasanya ibadah umroh dijadikan cara untuk mengaktualisasikan penghambaan diri kepada Tuhan YME melalui kerelaan waktu, energi dan materi untuk mengunjungi Baitullah. Dalam relevansinya, implikasi pelaksanaan ibadah umroh dari kelima responden yang tergolong masyarakat kelas menengah dapat ditelisik dari dua persepsi tersebut.

Andi Kurniawan, salah satu responden yang narasinya menunjukkan sebuah eksistensi dalam perjalanan umrohnya. Hal ini bisa dibuktikan dari hasil

wawancara ketika peneliti menanyakan hal tentang bagaimana dia melakukan umroh dan dengan siapa saja dia berangkat ke Baitullah. Dia bercerita bahwasanya keseluruhan dari anggota keluarganya sudah melaksanakan ibadah umroh, hanya dia saja dan salah satu dari anggota keluarga lainnya yang kebetulan belum melaksanakan. Dari narasi yang dia sampaikan, peneliti menemukan sebuah substansi pelaksanaan umroh yang cenderung mengarah pada sebuah eksistensi.

Begitu juga dengan narasi Evaluasi yang melakukan ibadah umroh atas permintaan pada suami karena dia belum pernah melaksanakan umroh sedangkan suaminya sudah melaksanakan berkali – kali. Di konteks inilah peneliti melihat isu eksistensi diri dalam pengalaman dan keterlibatan para responden dalam perjalanan umroh dikarenakan ada faktor lain yang mempengaruhi mereka untuk segera berumroh.

Dari persepsi aktualisasi, semua responden mengarah pada konteks ini. Pengaktualisasian sebagai orang Islam yang beriman sehingga ibadah umroh merupakan jalan untuk melengkapi keimanan mereka dengan cara menyaksikan langsung pusat kiblat sholat ummat Islam di dunia, tempat – tempat bersejarah, masjid dan makam Rasulullah SAW dan menapaki langsung lokasi tanah haram. Sepertihalnya Auliya Shoffy menarasikan bahwa tujuan umrohnya berimplikasi pada aktualisasi diri sebagai seorang Muslim untuk penghambaan dan peribadatan dia kepada Allah SWT. Senada dengan cerita Ises Pitriani, dia menjalankan umroh dengan tujuan menepati nadzar yang berimplikasi untuk perbaikan diri dalam hal spiritual.

Baik eksistensi ataupun aktualisasi, keduanya memiliki substansi dan orientasi khusus yang bisa

ditelaah melalui preferensi dan narasi pengalaman dari kelima responden. Eksistensi dapat dipahami melalui partisipasi dan pengalaman mereka dalam menjalankan umroh yang memberikan dampak pada lingkungan sosial mereka, sedangkan aktualisasi bisa dihasilkan melalui perwujudan diri dalam hal implementasi peribadatan yang hubungannya dengan spiritual. Narasi – narasi tersebut kemudian membantu peneliti dalam memahami bagaimana konteks implikasi dan refleksi mereka selama menjalankan umroh dan setelah pelaksanaannya. hal ini dijelaskan di pembahasan selanjutnya.

b. Konsekuensi Umroh: Implikasi dan Refleksi

Anggapan yang sering kita dengar bahwa praktik keagamaan berserta peribadatannya adalah urusan pribadi seseorang merupakan opini yang tak terbantahkan jika kaitannya dengan iman atau kepercayaan. Namun jika hal itu berkaitan dengan amalan atau perbuatan yang interaksinya dengan kehidupan sosial, hal itu tidak lagi hanya memasuki ranah personal melainkan sosial. Sebut saja amal sholeh atau kebajikan yang merupakan pantulan dari keimanan, hal ini sudah sangat berhubungan dengan kemanusiaan. Menurut Nurcholish Madjid dalam bukunya yang berjudul *Umroh & Haji: Perjalanan Religius*, ia mengemukakan sebuah kerangka pemikiran tentang *Consequential* dari keimanan dimana amal kebajikan sebagai konsekuensi dari iman seseorang. [29] Dalam penjelasannya, amal saleh atau kebaikan sifatnya adalah sosial karena menyangkut orang lain. Istilah lainnya yang biasa disebut dengan *hablun minan-nas*.

[29] Nurcholish Madjid, *Umrah dan Haji Perjalanan Religius*, (Jakarta : Dian Rakyat, 2008), hlm. 80.

Dalam konteks Al-Qur'an dan Hadis pun juga disebut demikian bahwa kita berbuat baik dengan tujuan menjadi bermanfaat untuk sesama manusia. Perbuatan dalam hal ini termasuk juga peribadatan. Relevansinya dengan konteks penelitian ini, konsekuensi daripada ibadah umroh baik itu berupa implikasi sosial dan refleksi kehidupan menghubungkan aspek spiritual dan sosial sebagai dua hal yang saling berkaitan dan memberikan pengaruh satu sama lain.

Berdasarkan narasi kelima responden penelitian, masing – masing dari mereka memiliki cerita tentang refleksi dan implikasi dari pengalaman umroh yang berbeda. Sepertihalnya responden bernama Evaluasi yang mengalami perubahan besar setelah kepulangannya dari Baitullah. Dia mengungkapkan sebuah implikasi dan refleksi dari perjalananya bahwa dia mendapati kemudahan dalam menjalankan iktikadnya untuk menghafal Al – Qur'an yang sebelumnya sangat sukar baginya untuk istiqomah. Kedua, dia juga merasakan transformasi pribadi menjadi individu yang lebih penyabar dan pasrah dalam setiap keadaan. Secara sosial, dia lebih terbuka dalam bersosialisasi dengan semua orang tanpa memandang suku, aliran, dan latar belakang. Sesuai dengan pengakuan salah satu teman karib dalam lingkaran komunitasnya, setelah kepulangan dari ibadah umroh, sosok evaluasi terlihat lebih interaktif terhadap sesama dan berjiwa sosial. Hal ini dibuktikan dari bagaimana dia berinteraksi dan berusaha untuk selalu membantu dan meringankan beban orang – orang di sekitarnya dengan tenaga, jasa dan materi yang dia punya.

Selanjutnya ialah narasi dari responden bernama Dita Kusumajati. Melalui pengakuannya

dalam sesi wawancara, setelah kepulangan dari Ibadah umroh, dia melakukan transformasi diri dalam hal berpakaian yang sebelumnya tidak berhijab ketika keluar rumah menjadi istiqomah dalam menutup aurat. Dia menyadari kewajiban tersebut selama dia melewati perjalanan spiritual selama di Baitullah. Implikasi yang dia peroleh pun sangat berdampak pada kehidupannya sehari – hari. Sebagai refleksi, dia yang sebelumnya tidak menggiraukan syariat agama Islam sebagai seorang Muslimah, kemudian dia menyadari itu dengan melakukan perubahan.

Sama halnya dengan Ses Pitriani, responden yang menjalankan umroh berlandaskan nadzr karena suksesnya bermuamalah. Dia memiliki narasi berbeda dengan kedua lainnya. Dalam sesi wawancara, dia bercerita bahwasanya sepulang dari beribadah umroh, setelah menyaksikan berbagai keagungan dan kebesaran Allah SWT melalui beragam ritual kegamaan, dia mulai menyadari akan kewajiban sholat lima waktu yang sebelumnya biasa dia tinggalkan. Secara tidak langsung, implikasi ibadahnya berdampak pada kesadaran dia untuk memperbaiki diri dengan melakukan ibadah wajib sholat lima waktu secara konsisten setiap hari. Refleksi spiritual yang dia alami memberikan perubahan secara individual dalam hal peribadatan. Namun, sesuai observasi peneliti dengan salah satu karyawan yang bekerja di toko dimana dia menjalankan usaha bisnisnya, secara sosial, dia tidak menemukan adanya perubahan secara signifikan. Dalam hal ini, karyawan tersebut tetap mendapati perlakukan yang sama antara sebelum dan sesudah dia melakukan ibadah umroh. Dalam kata lain, perlakuan ini merujuk pada hal positif yang stagnan tanpa ada peningkatan secara signifikan.

Dari narasi – narasi, peneliti menarik sebuah kesimpulan bahwasanya, implikasi ibadah umroh secara dominan memberikan dampak khusus pada perubahan individu dalam hal spiritual. Transformasi pribadi dalam hal peribadatan dan praktek keagamaan menjadi sangat khusus dalam hasil pengalaman para responden penelitian ini. Hal spiritual yang dimaksud yaitu hubungan antara seseorang dengan sang penciptanya, *hablun min Allah,* sedangkan dampak secara sosial, *hablun minan-nas,* tidak begitu signifikan terlihat dalam keseharian para responden.

Penjelasan lebih lanjut, konsekuensi ibadah umroh dalam aspek implikasi dan refleksi secara general bisa kita lihat dari amal perbuatan dan kebajikan seseorang dalam keseharian seperti teori yang menyatakan bahwa kebajikan adalah pantulan keimanan seseorang. Akan tetapi, hal tersebut tidak dapat menjadi tolak ukur secara keseluruhan sebelum kita mampu berinteraksi dan bersosialisasi secara intens dan mendalam dengan subjek yang menjadi target sasaran. Dalam konteks penelitian ini, peneliti hanya mampu menemukan narasi melalui cerita yang disampaikan oleh subjek penelitian mengenai transformasi diri dan beberapa komentar orang terdekat di sekitar dalam memberikan penelitian pada mereka setelah menjalankan ibadah umroh.

Singkat kata menutup bagian pembahasan hasil penelitian ini, untuk melihat motif dan preferensi pelaku ibadah umroh di kalangan masyarakat menengah Yogyakarta tidak hanya dilihat dari sisi para subjek pelaksananya melainkan juga agen travel penyedia jasanya. Hal ini dilakukan untuk memperoleh dinamika isu sosial dan spiritual yang berhubungan dengan wisata keagamaan secara komprehensif dan menyeluruh. Begitu juga dalam hal meneliti implikasi

pelaksana ibadah umroh terhadap lingkungan sosial yang tidak hanya dilihat dari bagaimana orang lain menilai namun juga dari narasi personal. Konteks ini berhubungan dengan hal transformasi kepribadian dan kebiasaan para pelaku umroh dalam hal peribadatan, praktek keagamaan dan kekeluargaan dalam kehidupan sehari – hari agar memperolah hasil narasi secara *cover both side* baik individu dan juga orang sekitar.