

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah ekosistem bisnis ibadah umrah dan lembaga yang terlibat dalam penyelenggaraan ibadah umrah di Indonesia. Arifin (2021) menyebutkan bahwa ekosistem penyelenggaraan umrah merupakan suatu sistem yang kompleks dan terintegrasi, melibatkan berbagai pihak yang bekerja sama untuk memastikan pelaksanaan ibadah umrah dapat berjalan dengan baik. Dalam inti ekosistem ini terdiri dari pertama adalah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU), yang merupakan entitas terdaftar dan diakui oleh Kementerian Agama. PPIU menyediakan jasa lengkap yang mencakup kegiatan manasik, penerbangan, transportasi darat, penyediaan makanan (katering), pengaturan tempat tinggal (akomodasi), dan proses administrasi terkait dengan pelaksanaan umrah, termasuk pelaporan kegiatan.

Komponen kedua adalah para jemaah, atau individu yang berencana melaksanakan umrah, berinteraksi dengan PPIU untuk memilih paket layanan yang sesuai, membayar biaya yang ditetapkan, dan memenuhi persyaratan administratif yang diperlukan. Dalam rangka mengantisipasi risiko yang mungkin terjadi, ada pula layanan asuransi sebagai komponen ketiga yang menjamin dana untuk kegagalan keberangkatan, biaya perawatan medis selama di rumah sakit, kecelakaan, dan bahkan kematian.

Komponen keempat adalah Kementerian Agama yang berperan sebagai pengawas dan regulator dalam ekosistem ini, memberikan izin, melakukan akreditasi penyelenggara umrah, serta menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan umrah. Sementara itu, pihak imigrasi sebagai komponen kelima bertanggung jawab untuk menerbitkan paspor bagi jemaah dan melakukan *final clearance* di bandara dengan berbasis data dari Sistem Komputerisasi Penyelenggaraan Terpadu Haji dan Umrah (SISKOPATUH).

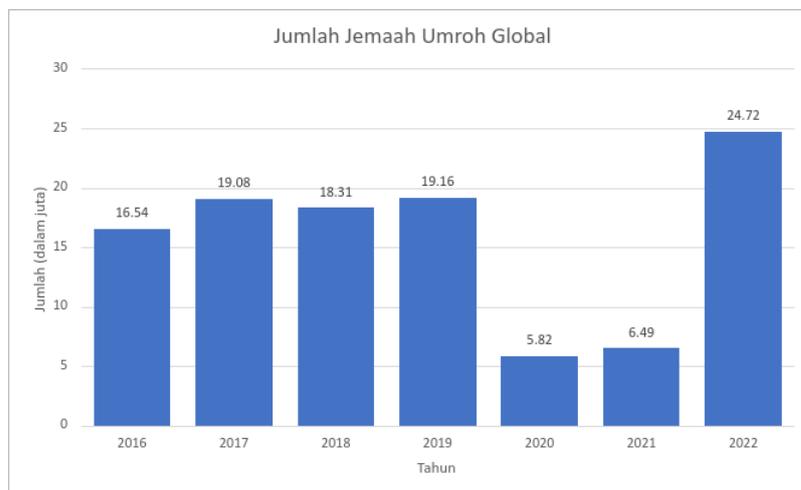
Komponen keenam adalah Arab Saudi, sebagai tuan rumah tempat ibadah umrah dilaksanakan, menerbitkan visa kepada para jemaah. Terakhir, sebagai

komponen ketujuh adalah Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Umrah (BPS BPIU), yang bertugas menerima pembayaran biaya umrah yang mencakup biaya dari PPIU dan asuransi.

1.2 Latar Belakang

Ibadah umrah merupakan ibadah sunah yang dilakukan oleh umat Islam dengan mengunjungi tanah suci Mekah dan Madinah. Berbeda dengan ibadah haji yang memiliki waktu tertentu, ibadah umrah dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun.

Berdasarkan data dari General Authority for Statistic Kerajaan Saudi Arabia, diketahui terdapat kecenderungan kenaikan kunjungan jemaah umrah global ke Arab Saudi sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.1. Adapun penurunan kunjungan jemaah umrah yang signifikan pada tahun 2020 dan 2021 disebabkan kebijakan penutupan kunjungan umrah oleh pemerintah Arab Saudi akibat pandemi COVID-19.



Gambar 1.1 Tren jumlah jemaah umrah global

Sumber: General Authority for Statistics, Kingdom of Saudi Arabia (2023)

Seiring permintaan perjalanan umrah secara global sebagaimana tersebut di atas, permintaan untuk perjalanan umrah di Indonesia juga cenderung meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kesadaran keagamaan di kalangan masyarakat Indonesia sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Tren jumlah jemaah umrah Indonesia

Sumber: Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia (2020)

Taufik (2023) menyebutkan berdasarkan data dari Himpunan Penyelenggaran Umrah dan Haji (HIMPUH) dari Sikopatuh Kemenag RI per 19 Desember 2022, tercatat sebanyak 957.016 jemaah umrah Indonesia telah selesai menunaikan ibadah umrah, terbanyak berasal dari Jawa Barat (171.275 jemaah), Jawa Timur (160.977 jemaah) dan DKI Jakarta (124.999 jemaah). Jumlah jemaah yang cukup signifikan ini dipastikan akan terus bertambah, padahal musim Umrah 1444 Hijriyah baru berjalan setengah putaran atau sekitar lima bulanan yang akan berakhir pada akhir Syawal, sekitar minggu ketiga bulan Mei 2023. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah jemaah umrah di Indonesia relatif besar dan membuka potensi bisnis tersendiri.

Di Indonesia, bisnis travel umrah menjadi bisnis yang sedang berkembang pesat. Bisnis umrah ini dilakukan oleh biro perjalanan haji dan umrah. Permintaan untuk perjalanan umrah semakin meningkat, terutama di kalangan Muslim Indonesia yang ingin menunaikan ibadah umrah ke Tanah Suci Mekah dan Madinah. Bisnis ini mencakup berbagai layanan pendukung seperti pelayanan penginapan (hotel), tiket pesawat, dan *land arrangement* (penyediaan kebutuhan di Tanah Suci). Kehadiran ibadah ini membuka bisnis layanan pendukung yang sangat potensial, dengan berbagai service provider berupaya menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan jemaah umrah.

Keberadaan biro perjalanan haji dan umrah sangat membantu bagi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah di Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia ketika akan melaksanakan ibadah umrah umumnya menggunakan jasa dari biro perjalanan. Alasan masyarakat memilih untuk menggunakan biro jasa perjalanan haji dan umrah umumnya didasarkan pada faktor pribadi, sosial, dan budaya (Azyani dkk, 2020) yang didukung dengan kepuasan dari konsumen biro perjalanan karena mendapatkan pelayanan maksimal (Faza & Widiyanto, 2016).

Promosi yang dilakukan dan citra yang positif yang dibangun tidak memoderasi dan memperkuat keberlanjutan usaha biro jasa perjalanan, karena saat ini banyak biro perjalanan yang mengingkari janji yang membuat jamaah calon haji dan umrah tidak dapat berangkat ibadah ke kota Suci Mekah, sehingga promosi yang dilakukan menjadi tidak efektif karena jamaah tidak memperoleh keyakinan dan kepastian (Prihanto & Damayanti, 2022).

Di satu sisi, jamaah umrah sering menghadapi masalah seperti kegagalan berangkat, penundaan keberangkatan dan kepulangan, serta masalah akomodasi seperti ketersediaan hotel yang terbatas di Mekkah dan Madinah. Selain itu, terdapat juga masalah penipuan dan penyelenggara umrah yang tidak berizin yang menimbulkan risiko besar bagi jamaah. Penyelenggara umrah yang tidak berizin, harga yang tidak rasional, dan pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan adalah beberapa contoh masalah yang sering muncul di sektor ini.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa sebanyak 22.617 pengaduan kasus penipuan umrah yang terjadi di tanah air, terdapat tiga perusahaan yang menyelewengkan dana jamaah calon haji dan umrah yaitu: PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel) sebanyak 17.557 aduan, PT Assyifa Mandiri Wisata sebanyak 3.056 aduan, dan PT. Utsmaniyah Hannien Tour sebanyak 1.821 pengaduan (Reza, 2020). Di sisi yang lain, penyedia layanan umrah juga menghadapi tantangan dalam menjalankan operasional mereka secara efisien dan efektif, salah satu hal yang melatar belakangi hal tersebut dikarenakan faktor-faktor eksternal yang tidak terduga.

Dalam era digital saat ini, adopsi teknologi digital dalam suatu platform digital dalam berbagai sektor industri telah membawa perubahan revolusioner

dalam cara operasional dan interaksi dengan pelanggan. Sektor bisnis umrah tidak terkecuali. Teknologi digital memiliki potensi besar untuk memodernisasi dan meningkatkan efisiensi operasional penyedia layanan umrah. Penerapan sistem manajemen berbasis digital, misalnya, dapat membantu dalam pemesanan dan dengan lebih efisien. Hal ini pada gilirannya dapat mengurangi beban administrasi dan memungkinkan penyedia layanan untuk fokus pada peningkatan kualitas pengalaman jamaah.

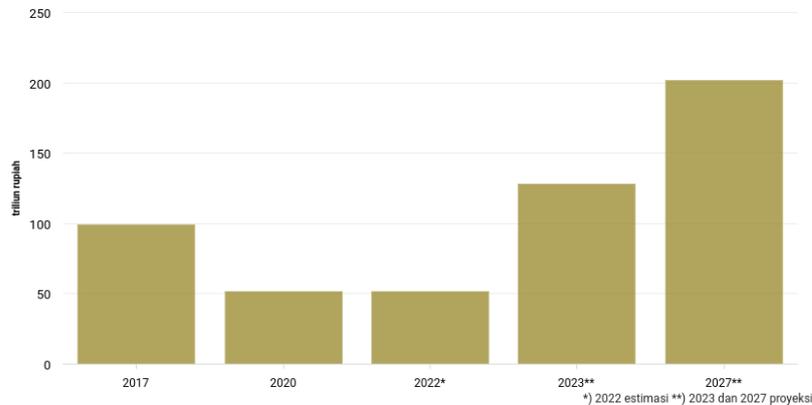
Platform digital, dari perspektif bisnis, dapat didefinisikan sebagai antarmuka yang memediasi transaksi antara pelaku, termasuk penjual, pembeli, pelengkap, dan pengguna (McIntyre dan Srinivasan, 2017; Blackburn et al., 2022). Dalam konteks platform digital terkait dengan ibadah umrah, Arab Saudi telah mengembangkan aplikasi Nusuk (<https://www.nusuk.sa>). Aplikasi Nusuk merupakan inisiatif digital yang diambil oleh pemerintah Arab Saudi untuk memfasilitasi perizinan dan perencanaan umrah bagi calon jamaah umrah.

Di Indonesia, platform yang sejenis namun diperuntukkan sebagai *Online Travel Agent (OTA)* atau pemesanan perjalanan secara umum (tidak hanya umrah) telah lebih dulu ada. Sebagai contoh telah terdapat platform OTA seperti traveloka dan tiket.com. Traveloka dan tiket.com telah berhasil mendigitalkan aspek-aspek penting dari perencanaan perjalanan, mencakup pemesanan tiket, akomodasi, dan layanan terkait lainnya. Kedua inisiatif ini menunjukkan potensi besar dari platform digital dalam menyederhanakan dan mengoptimalkan proses perjalanan.

Annur (2022) menyebutkan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022 sebanyak 38% responden yang berencana liburan akhir tahun berniat memesan akomodasi lewat aplikasi digital atau OTA. Traveloka tercatat sebagai aplikasi OTA yang paling disukai responden, dengan persentase mencapai 67,5%. Kemudian Tiket.com disukai 21% responden, Agoda 5,5%, Booking.com 2%, Airbnb 2%, Pegipegi 1%, dan aplikasi OTA lainnya 1%.

Santika (2023) menyebutkan bahwa dari hasil riset Euromonitor yang diolah East Ventures, Katadata Insight Center (KIC), dan PricewaterhouseCoopers (PwC) Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan pariwisata Indonesia melalui pemesanan aplikasi digital atau *online booking* sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.3. *Online booking* didominasi oleh agensi atau *online travel agency*

(OTA) seperti Traveloka dan Tiket.com. Berdasarkan riset tersebut diketahui kedua OTA tersebut menguasai pangsa pasar yang besar dengan total 72%.



Gambar 1.3 Nilai Online Booking Pariwisata dan Proyeksinya (2017-2027)

Sumber: Santika (2023)

Meskipun aplikasi seperti traveloka dan tiket.com menawarkan layanan perjalanan umum, namun saat ini masih sedikit platform yang spesifik dirancang untuk memenuhi kebutuhan jemaah umrah di Indonesia. Syafus (2021) menyebutkan terdapat sembilan marketplace yang menyediakan layanan umrah di Indonesia. Salah satu penyedia yang menyediakan layanan marketplace umrah di Indonesia adalah Umroh.com (<https://www.umroh.com>). Umroh.com didirikan pada akhir Desember 2018 yang berawal dari situs website, yang kemudian disusul peluncuran aplikasi pada 15 Mei 2019. Umroh.com telah bekerjasama dengan lebih dari 100 Travel Umroh yang memiliki izin dari Kementerian Agama dan Travel Umroh yang telah bergabung dengan Umroh.com sudah tercatat telah memberangkatkan Jamaah Umroh. (Umroh.com, 2024). Selain itu, marketplace umrah lain adalah pergiumroh.com (<https://pergiumroh.com>). Pergiumroh.com adalah layanan satu atap untuk pencarian travel umroh terpadu. yang menyediakan sejumlah besar paket perjalanan oleh berbagai perusahaan travel di seluruh indonesia tercatat sebanyak 35 biro perjalanan umrah yang bergabung dengan pergiumroh.com (Pergiumroh.com, 2024).

Data pada Siskopatuh Kementerian Agama mencatat bahwa terdapat 2378 Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang terdaftar secara resmi. (Siskopatuh, 2024). Adapun pasar yang digarap oleh PPIU tersebut sebagaimana

data dari AMPHURI dan HIMPUIH dapat mencapai 1 juta jemaah umrah Indonesia per tahun. Sekretaris Jendral Permusyawaratan Antar Syarikat Travel Umrah dan Haji Indonesia (Patuhi) Muharom Ahmad di Profit CNBC Indonesia (Jumat, 25/01/2019) menyatakan bahwa ukuran pasar bisnis umrah di Indonesia mencapai Rp 25 Triliun. Proyeksi Jemaah umrah dari luar Arab Saudi termasuk Indonesia pasca pandemi Covid-19 akan naik seiring Kerajaan Arab Saudi yang menargetkan jumlah Jemaah umrah mencapai 30 juta pada 2030 (Saudi Vision 2030) (Alammash et al. 2021). Kondisi yang digambarkan tersebut menunjukkan besarnya potensi bisnis Umrah di Indonesia yang dapat dieksploitasi. Dari jumlah penyelenggara umrah pada kedua marketplace umrah yang disebutkan dan dibandingkan dengan jumlah PPIU yang berizin dan terdaftar di Kementerian Agama maka masih terbuka peluang kerjasama dengan PPIU dalam rangka pengembangan platform digital ekosistem umrah di Indonesia.

Mengingat potensi bisnis yang besar tersebut, Sektor umrah memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dengan memanfaatkan teknologi digital. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kesadaran keagamaan yang meningkat di masyarakat, permintaan untuk perjalanan umrah terus meningkat. Dengan bertambahnya jumlah jemaah, masalah-masalah juga semakin bertambah, yang menciptakan kebutuhan mendesak untuk solusi inovatif. Disamping itu kemunculan platform digital seperti Nusuk berpotensi dapat menggerus potensi bisnis pasar ekosistem umrah di Indonesia.

Teknologi digital membuka kesempatan besar untuk mengembangkan platform digital yang mengintegrasikan layanan umrah. Platform tersebut diharapkan dapat membantu memudahkan proses perencanaan, pemesanan, dan pelaksanaan ibadah umrah. Dengan platform digital, jemaah dapat dengan mudah mencari informasi, membandingkan harga, dan memilih paket umrah yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, semuanya dalam satu tempat yang mudah diakses. Kondisi ini juga memungkinkan penyedia layanan untuk menawarkan paket khusus dan promosi secara *real-time*, sehingga meningkatkan penawaran mereka dan mencapai *audiens* yang lebih luas.

Platform digital juga dapat berfungsi sebagai pusat informasi yang menyediakan panduan, aturan, dan informasi penting lainnya yang diperlukan oleh

jamaah selama perjalanan umrah. Dengan adanya platform digital ini juga memungkinkan penyedia layanan untuk berkomunikasi dengan jamaah secara *real-time*, memberikan update dan asistensi sepanjang perjalanan mereka. Selain itu, platform digital dapat memfasilitasi pengumpulan dan analisis feedback dari jamaah, yang dapat digunakan untuk membuat peningkatan layanan berkelanjutan.

Pengembangan platform digital juga membuka peluang untuk kolaborasi antara penyedia layanan umrah dengan penyedia layanan lain seperti hotel, transportasi, dan restoran. Integrasi layanan ini dalam satu platform digital dapat memberikan kemudahan bagi jamaah dalam mengakses dan membooking layanan yang mereka butuhkan untuk perjalanan umrah jamaah.

Pengembangan platform digital ekosistem umrah juga dapat membuka peluang baru bagi penyedia layanan umrah untuk mengembangkan bisnis, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada jamaah.

Pendekatan Design Thinking akan memungkinkan pengembangan solusi yang berpusat pada pengguna, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan pengalaman ibadah haji dan umrah bagi jamaah. Melalui penggunaan metode ini, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah utama yang dihadapi oleh jamaah dan penyedia layanan umrah, serta merancang solusi digital yang efektif dan mudah digunakan.

Dengan pendekatan Design Thinking, solusi digital yang dirancang dengan baik dapat membantu dalam mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah utama yang dihadapi oleh sektor umrah, dan pada akhirnya, memberikan pengalaman umrah yang lebih baik dan lebih memuaskan bagi jamaah.

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang tersebut di atas maka penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian dengan judul Perancangan Platform Digital Ekosistem Umrah: Analisis Konseptual dan Pendekatan Desain Menggunakan Design Thinking

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, teridentifikasi berbagai masalah kunci dalam industri penyelenggaraan umrah di Indonesia yang berpotensi dapat diatasi melalui adopsi dan pengembangan platform digital.

1. Penyelenggaraan umrah tradisional sering kali dihadapkan pada tantangan efisiensi operasional yang dapat mempengaruhi pengalaman jamaah. Masalah seperti penundaan keberangkatan, ketersediaan akomodasi yang terbatas, dan komunikasi yang tidak efektif antara penyedia layanan umrah dan jamaah menunjukkan kebutuhan mendesak untuk solusi digital yang dapat meningkatkan efisiensi dan memudahkan koordinasi.
2. Meskipun potensi teknologi digital dalam memodernisasi penyelenggaraan umrah cukup besar, masih ada hambatan signifikan dalam adopsi teknologi ini. Hambatan tersebut mungkin mencakup kurangnya pemahaman dan keterampilan teknologi, biaya implementasi, dan resistensi terhadap perubahan.
3. Belum terdapat platform digital terintegrasi yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan unik jamaah umrah di Indonesia. Solusi semacam itu dapat membantu mengatasi berbagai masalah operasional dan logistik yang dihadapi oleh penyedia layanan umrah dan jamaah.
4. Persepsi dan kesiapan jamaah dan penyedia layanan umrah terhadap adopsi platform digital ekosistem umrah sangat penting untuk keberhasilan implementasi dan adopsi platform digital ini.
5. Kualitas layanan dan kepuasan jamaah adalah aspek kunci dalam penyelenggaraan umrah. Teknologi digital dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan jamaah melalui penyediaan informasi yang lebih baik, pemesanan yang lebih mudah, dan koordinasi yang lebih efektif.
6. Terdapat kebutuhan untuk rekomendasi strategis bagi penyedia layanan umrah dalam mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi digital untuk mendukung operasional mereka dan meningkatkan kualitas layanan mereka.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana rancangan platform ekosistem bisnis umrah yang akan dikembangkan dengan Design Thinking?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan membuat konsep platform digital ekosistem umrah dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pemahaman dan pengembangan platform digital dalam konteks penyelenggaraan umrah. Berikut adalah rincian manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat akademis

Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemetaan peran, pengaruh, dan kepentingan stakeholder dalam pengembangan platform digital ekosistem umrah di Indonesia.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi stakeholder dan para pelaku usaha dalam ekosistem bisnis umrah dengan menerapkan konsep dan desain platform digital ekosistem bisnis umrah untuk memperluas jangkauan pasar dan peningkatan layanan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tesis

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan pembuka dari tesis. Pada bab ini, akan diuraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan dibahas, fokus permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Situasi Sosial, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menyajikan interpretasi data dan analisis yang dipaparkan pada bab sebelumnya berdasarkan teori-teori yang diaplikasikan dalam menangani masalah yang dijelaskan dalam rumusan masalah. Dalam analisis penelitian ini, akan diuraikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah disebutkan, yakni mengenai hasil analisis dan perancangan desain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian yang sudah dilaksanakan.