

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN  
TOUR TRAVEL HAJI DAN UMRAH PADA  
PT. DARMAWAN TOUR & TRAVEL**

**Muhammad Asri, Muhammadiyah Amin, Muhammad Anis**  
Universitas islam negeri alauddin makassar  
Email: *asrihs27@gmail.com*

**Abstrak**

Pokok permasalahan penelitian ini adalah bagaimana hukum islam terhadap strategi pemasaran tour travel haji dan umrah pad PT. Darmawan tour & Travel. Pokok masalah tersebut dibagi menjadi 2 sub masalah yakni: Bagaimana bentuk dan strategi yang digunakan oleh PT.Darmawan Tour & Travel dalam menjalankan usahanya dan Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap penggunaan strategi pemasaran PT.Darmawan Tour & Travel dalam mendapatkan konsumen Bagaimana bentuk dan strategi yang digunakan oleh PT.Darmawan Tour & Travel dalam menjalankan usahanya. Penelitian yang digunakan adalah peneltian kualitatif atau penelitian lapangan (*field Research*) dengan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan pendekatan syariah dan pendekatan normatif empiris. Sumber data dalam penelitian ini ialah PT. Darmawan Tour & Travel. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dikumentasi. Kemudian, terknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui dua tahapan yakni Teknik pengelolaan dan analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Darmawan Tour & Travel adalah dengan melakukan pemasaran melalui beberapa metode, yaitu Youtube, Facebook, dan Instagram berupa video, foto dan beberapa testimoni dari jamaah yang telah menjalani ibadah haji & umroh melalui PT. Darmawan Tour & Travel dalam bentuk visual. Penelitian ini memiliki implikasi bahwa: 1) Dalam penelitian ditemukan secara signifikan terhadap bagaimana cara mensosialisasikan dengan baik terkait dengan pemasaran melauai sosial media seperti Youtube, Facebook, Instagram serta Whatsapp, dll. 2) Lebih memperhatikan dengan baik terkait dengan srategi pemasaran Travel PT.Darmawan Tour & Travel sesuai dengan ketentuan ketentuan syariat Islam.

**Kata Kunci : Hukum Islam, Haji & Umroh, Pemasaran,**

**Abstract**

*The main problem of this research is how Islamic law relates to the marketing strategy of Hajj and Umrah travel tours at PT. Darmawan tour & Travel. The subject matter is divided into 2 sub-problems, namely: What are the forms and strategies used by PT. Darmawan Tour & Travel in running its business and what are the views of Islamic law on the use of PT. Darmawan Tour & Travel's marketing strategy in getting consumers What forms and strategies are used by PT. Darmawan Tour &*

*Travel in running its business. The research used is qualitative research or field research with the approach used is a sharia approach and an empirical normative approach. The data source in this study is PT. Darmawan Tour & Travel. Furthermore, the data collection method used is observation, interviews and documented. Then, data processing and analysis techniques were carried out through two stages, namely management techniques and data analysis. The results of this study indicate that the marketing strategy used by PT. Darmawan Tour & Travel is marketing through several methods, namely Youtube, Facebook and Instagram in the form of videos, photos and several testimonials from pilgrims who have undergone the Hajj & Umrah pilgrimage through PT. Darmawan Tour & Travel in visual form. This research has the implications that: 1) In research it was found significantly to how to socialize properly related to marketing through social media such as Youtube, Facebook, Instagram and Whatsapp, etc. 2) Paying more attention to PT. Darmawan Tour & Travel's Travel marketing strategy in accordance with the provisions of Islamic law.*

***Keywords: Islamic Law, Hajj & Umrah, Marketing.***

## **A. Pendahuluan**

Islam mewajibkan para penguasa dan pengusaha untuk berbuat adil, jujur dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (falah) dan kehidupan yang baik (Hayatan Thayyibah) yang sangat menekankan aspek persaudaraan (Ukhuwah), keadilan sosioekonomi, dan pemenuhan kebutuhan spiritual umat manusia. Umat manusia yang memiliki kedudukan yang sama di sisi Allah sebagai khalifah sekaligus sebagai hambanya tidak akan dapat merasakan kebahagiaan dan ketenangan batin kecuali bila kebutuhan-kebutuhan material spiritual telah dipenuhi.<sup>1</sup> Islam adalah suatu dien (way of life) yang praktis dan ajarannya tidak hanya merupakan aturan hidup yang menyangkut aspek ibadah dan muamalah sekaligus mengatur hubungan manusia dengan rabb-nya.<sup>2</sup> Definisi hukum Islam adalah Syariat yang berarti aturan yang diadakan oleh Allah untuk umatnya yang dibawa oleh seorang Nabi saw. Baik hukum yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun hukum-hukum yang berhubungan dengan amaliyah (perbuatan) yang dilakukan oleh umat muslim semuanya.<sup>3</sup> Salah satu hukum Islam yang mengatur tentang ibadah amaliyah (perbuatan) yang dilakukan oleh umat muslim yaitu ibadah haji dan umroh. Ibadah haji dan umrah adalah suatu ibadah yang dikerjakan oleh umat Islam di tanah suci. Haji adalah salah satu rukun Islam yang ke lima yang diwajibkan oleh Allah swt. Pengamalan ibadah haji juga

---

<sup>1</sup>Harzaila Nur Ayunita Hamzah, Muh Yaasiin Raya, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kredit Haji Dan Umrah, *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Volume 3 Nomor 2 Desember 2021 Halaman 217

<sup>2</sup> Sohrah, "Aktualisasi Konsep Ekonomi Adil Menurut Al-Qur'an," *Jurnal El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 2, No.1 (2020), h 154.

<sup>3</sup> Eva Iryani, "Hukum Islam, Demokrasi Dan Hak Asasi Manusia," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 17, No.2 (2017), h 24-27.

mempunyai beberapa proses, dimulai dari pengetahuan dasar tentang haji, tata cara pelaksanaan haji, dan terakhir berfungsinya haji sebagaimana mestinya, baik untuk diri sendiri dan untuk orang lain atau masyarakat luas. Ketiga pengetahuan tentang haji ini saling terikat antar satu dengan yang lain. Pengetahuan dasar tentang haji berkaitan erat dengan pelaksanaan haji sendiri. Kemudian, pelaksanaan haji dikatakan sah apabila sesuai dengan penerapan-penerapan haji yang telah diketahui tersebut.<sup>4</sup> Penerapan ini dalam artian ketentuan-ketentuan formal menyangkut tata urutan pelaksanaan haji yang telah ditentukan kepada orang-orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Maka setiap orang yang mampu, apabila tidak melaksanakannya, ia berdosa, dan apabila dilakukan ia mendapatkan pahala. Haji hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa apabila seseorang telah melakukan haji yang pertama, maka selesailah kewajibannya.

Perkembangan Ekonomi yang sangat cepat telah membangun berbagai macam dan variasi barang atau jasa.<sup>5</sup> Berdasarkan fakta di atas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis Haji dan umroh, hal ini bias dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan *travel* haji dan umrah di berbagai daerah baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan jamaah tentunya dengan melakukan *marketing* yang semakin di modifikasi, di mana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.

Persaingan usaha di bidang *travel* haji dan umrah ini semakin diminati oleh pengusaha, Hal ini diperlukan *marketing* yang kompeten untuk menjaring jamaah, dengan banyaknya minat orang untuk melakukan ibadah haji dan umroh maka usaha ini menjadi ladang bisnis yang prospektif. Penyelenggaraan ibadah haji bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah haji, pelayanan dilakukan dengan mengedepankan asas keadilan, profesional dan akuntabel. PT. Darmawan Tour & Travel yang menjadi fokus dalam penelitian ini merupakan sebuah badan bisnis yang bergerak di bidang jasa pemberangkatan haji dan umrah. PT. Darmawan Tour & Travel yang mulai beroperasi pada tahun 2010 ini berlokasi di Jalan Pagaru No.28 Sengkang Kel Teddaopu, Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. PT.Darmawan Tour & Travel mengeluarkan program terbaru dengan sistem Multi Level Marketing dalam program tersebut dengan menawarkan kepada jamaah yang mendaftar sebagai calon jama'ah haji dan umrah untuk menawarkan kepada jamaah yang lain agar mendaftar diri dengan menjadi jamaah haji dan umroh di PT. Darmawan Tour & Travel.

---

<sup>4</sup>Andi Intan Cahyani, "Pelaksanaan Haji Melalui Penerapan Formal Dalam Peraturan Haji Di Indonesia", *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 1, No 2, (Desember 2019) h. 104

<sup>5</sup> Basyirah Mustarin, "Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Jual Beli Online", *Jurnal Restorative justice*, Vol.1, No,2 November (2017): h.133.

Berdasarkan pada latar belakang itulah penulis mencoba untuk menganalisa dengan melakukan penelitian secara lebih spesifik pada PT.Darmawan Your and Travel untuk mengetahui lebih lanjut mengenai teknik *marketing* dan kegiatan *marketing* pada PT. Darmawan tour and Travel dan bagaimana pengaruh dari pelaksanaan *marketing* terhadap penambahan jumlah jamaah umrah. Maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan hukum islam terhadap pemasaran Travel Haji dan Umrah pada PT.Darmawan Tour and Travel”.

## **B. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini yang berjudul “tinjauan hukum islam terhadap strategi pemasaran Tour travel haji dan umrah pada pt. Darmawan tour & travel”, menggunakan metode adalah penelitian *field research* (jenis penelitian lapangan) Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan syar’i dan normatif empiris. Sumber data yang digunakan 2 yaitu sumber data primer (sumber data utama yang langsung diperoleh dari lokasi penelitian, yaitu wawancara) dan sumber data sekunder (buku, jurnal, dan kajian pustaka lainnya). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu ibservasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di PT Darmawan pada tanggal 10 mei-10 juni 2023 dikabupaten wajo.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Bagaimana bentuk dan strategi yang digunakan oleh PT.Darmawan Tour & Travel dalam menjalankan usahanya.**

Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Darmawan Tour & Travel adalah dengan melakukan pemasaran melalui beberapa metode yaitu:

- a. youtube: DarmawanTV, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk unggahan video perjalanan ibadah umroh yang telah dilakukan untuk memberikan gambaran pelayanan jasa PT Darmawan tour, disamping itu juga pada halaman channel youtube ini diposting mengenai video-video ceramah serta podcast dari berbagai narasumber yang diundang khusus untuk membawakan materi.
- b. Facebook: Darmawan Tour & Travel, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT. Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk unggahan foto tentang manasik haji dan umroh, jadwal keberangkatan, dan foto selama perjalanan haji dan umroh.
- c. Instagram: Darmawan\_Tour, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT. Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk foto-foto dan video-video perjalanan ibadah haji dan umroh serta beberapa testimoni dari jamaah yang telah melakukan perjalanan pada PT. Darmawan Tour & Travel.
- d. Program TV pada Televisi Lokal Tv kabel yang digunakan bekerja sama dengan siaran Tv lokal Sutera *Chanel*. Dalam hal ini siaran TV kabel

- menampilkan tayangan-tayangan tentang perjalanan ibadah haji dan umroh mulai dari sebelum berangkat dari Indonesia dan setelah sampai di Makkah.
- e. Promo yang ditawarkan PT. Darmawan Tour & Travel dalam waktu tertentu seperti jika ada pameran dan mendaftar selama pameran diskonnya hingga 500 ribu rupiah. Promo juga biasanya diadakan dibulan-bulan tertentu dalam sekali satu tahun.<sup>6</sup>

## 2. Pandangan Hukum Islam Terhadap Penggunaan Strategi Pemasaran Pada PT. Darmawan Tour & Travel

Pandangan Hukum Islam Terhadap Penggunaan Strategi Pemasaran Pijakan yang digunakan oleh seorang marketer Muslim dalam memasarkan produk tidak lepas dari tuntunan Nabi Muhammad Saw, yaitu mengutamakan kualitas produk (halal). Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”<sup>7</sup>

Strategi produk adalah menetapkan cara dan menyediakan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan share pasar. Didalam strategi marketing mix, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan dan menentukan kualitas yang baik.<sup>8</sup>

Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dalam prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, dapat dipercaya, cerdas, dan komunikatif sesuai

---

<sup>6</sup> Darmawansyah(30 Tahun), *Wawancara*.

<sup>7</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementrian Agama RI, *AL-IHSAN AL-Qur'an Perkata Transliterasi* (Bandung: AL-HAMBRA, 2014).

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). h.200.

dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam. Pentingnya pemasaran dalam islam tidak lepas dari fungsi pasar sebagai tempat berlangsung kegiatan jual beli. Jual beli memiliki peran yang penting karena jual beli merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang “terakreditasi” dalam Islam.<sup>9</sup>

Kaidah fiqh muamalah tentang praktik muamalah dibolehkan bagaimanapun bentuknya sepanjang tidak terdapat dalil yang melarang karena larangan adalah dasar sebuah muamalah tidak dibolehkan, jadi sepanjang tidak ada larangan maka muamalah itu pada dasarnya boleh. Larangan seperti yang dijelaskan dalam Ar Risalah (edisi Indonesia) dengan pentahqiq Syaikh Ahmad Muhammad Syakir, bahwa “sesuatu yang dilarang Allah itu adakalanya ber hukum haram, dengan artian sesuatu tersebut tidak menjadi halal kecuali karena adanya dalil yang ditunjukkan Allah dalam kitabnya atau menunjukkan kehalalan sesuatu tadi melalui lisan Nabi-nya”.<sup>10</sup> Pada dasarnya segala bentuk muamalah dibolehkan sepanjang tidak terdapat larangan berdasarkan kaidah fikih muamalah.

Analisis tentang penggunaan strategi pemasaran bisa dilakukan dalam bentuk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dengan catatan bahwa tidak mengandung unsur-unsur yang termasuk seperti riba, maisir, gharar, zalim, dan haram karena unsur-unsur tersebut melanggar kaidah-kaidah fiqh muamalah dan tentunya bebas dari unsur penipuan atau iming-iming palsu yang dilakukan hanya untuk menarik calon jamaah oleh karena itu dengan mematuhi kaidah fiqh muamalah merupakan salah satu cara terbaik yang dilakukan dalam melakukan transaksi agar terhindar dari larangan-larangan yang melanggar ketentuan syariat islam, dan dari hasil analisis diatas bahwasanya pihak PT.Darmawan Tour & Travel tidak bertentangan dengan larangan-larangan yang telah dijelaskan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya travel pelaksana haji dan umrah PT.Darmawan Tour & Travel tidak melanggar ketentuan dan memenuhi kaidah-kaidah fiqh muamalah.

## **D. Penutup**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian oleh penulis tentang “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran Tour Travel Haji Dan Umrah Pada PT.DARMAWAN TOUR & TRAVEL “Maka Dari Itu Penulis Menarik Kesimpulan :

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Darmawan Tour & Travel adalah dengan melakukan pemasaran melalui beberapa metode yaitu:youtube:

---

<sup>9</sup> Sula Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani, 2004).h.425.

<sup>10</sup> Imam Asy-Syafi'i, , *Ar Risalah (Panduan Lengkap Fikih Dan Ushul Fikih* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2019).h.285.

DarmawanTV, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk unggahan video perjalanan ibadah umroh yang telah dilakukan untuk memberikan gambaran pelayanan jasa PT Darmawan tour, disamping itu juga pada halaman channel youtube ini diposting mengenai video-video ceramah serta podcast dari berbagai narasumber yang diundang khusus untuk membawakan materi. Facebook: Darmawan Tour & Travel, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT. Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk unggahan foto tentang manasik haji dan umroh, jadwal keberangkatan, dan foto selama perjalanan haji dan umroh. Instagram: Darmawan\_Tour, halaman ini digunakan untuk memperkenalkan PT. Darmawan Tour kepada masyarakat dalam bentuk visual. Pada halaman ini pemasaran dilakukan dalam bentuk foto-foto dan video-video perjalanan ibadah haji dan umroh serta beberapa testimoni dari jamaah yang telah melakukan perjalanan pada PT. Darmawan Tour & Travel.

2. Penggunaan strategi pemasaran pada dasarnya bisa dilakukan dalam bentuk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dengan catatan bahwa tidak mengandung unsur-unsur yang termasuk seperti riba, maisir, gharar, zalim, dan haram karena unsur-unsur tersebut melanggar kaidah-kaidah fiqih muamalah dan tentunya bebas dari unsur penipuan atau iming-iming palsu yang dilakukan hanya untuk menarik calon jamaah oleh karena itu dengan mematuhi kaidah fiqih muamalah merupakan salah satu cara terbaik yang dilakukan dalam melakukan transaksi agar terhindar dari larangan-larangan yang melanggar ketentuan syariat islam, dan dari hasil analisis diatas bahwasanya pihak PT. Darmawan Tour & Travel tidak bertentangan dengan larangan-larangan yang telah dijelaskan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya travel pelaksana haji dan umrah PT. Darmawan Tour & Travel tidak melanggar ketentuan dan memenuhi kaidah-kaidah fiqih muamalah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Al-Qur'an**

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementrian Agama RI, *AL-IHSAN Al-Qur'an Perkata Transliterasi* Bandung: AL-HAMBRA, 2014.

### **Buku**

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Sula Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah (Life and Gerenal): Konsep Dan Sistem Operasional* Jakarta: Gema Insani, 2004.

Imam Asy-Syafi'i, , *Ar Risalah Panduan Lengkap Fikih Dan Ushul Fikih* Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2019.

### **Jurnal**

Hamzah Harzaila Nur Ayunita, Muh Yaasiin Raya," Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kredit Haji Dan Umrah", *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 3, No 2, Desember (2021).

Intan Cahyani Andi, "Pelaksanaan Haji Melalui Penerapan Formal Dalam Peraturan Haji Di Indonesia", *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 1, No 2, Desember (2019).

Iryani Eva, " Hukum Islam, Demokrasi Dan Hak Asasi Manusia," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol.17, No.2 (2017).

Mustarin Basyirah, "Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Jual Beli Online", *Jurnal Restorative justice*, Vol.1, No,2 November (2017).

Sohrah, "Aktualisasi Konsep Ekonomi Adil Menurut Al-Qur'an," *Jurnal El-Iqtishady : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.2, No.1 (2020).

### **Wawancara**

Darmawansyah (30 Tahun), *Wawancara*.