



Eduslamic: Jurnal Pendidikan Islam dan Keagamaan

Vol. 4 No.1 Maret-Agustus 2026

E-ISSN: 2988-6686

Implementasi Penyelenggaraan Ibadah Umroh berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 pada PT Al-Fajr Yogyakarta

Rizka Syahmouzi Lubis, Syafiq Mahmadah Hanafi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Corresponding E-mail: rizkasyahmouzilubisss@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries with the largest number of Umrah pilgrims in the world, requiring Umrah Travel Organizers (PPIU) to implement Law Number 8 of 2019 to ensure the protection and quality of services for pilgrims. This study aims to analyze the implementation of Law Number 8 of 2019 at PT Al Fajr Yogyakarta. The study used a descriptive qualitative approach with George C. Edward III's policy implementation theory. Data were obtained through observation, semi-structured interviews, and documentation, then analyzed using an interactive analysis model with source and technique triangulation. The results show that PT Al Fajr Yogyakarta has implemented the provisions of Law Number 8 of 2019 by fulfilling aspects of legality, service, guidance, worship assistance, and pilgrim protection. This implementation improves service quality and strengthens public trust in the organization of the Umrah pilgrimage. This study demonstrates that compliance with regulations is a critical factor in achieving quality Umrah pilgrimage implementation.

Keywords: *Implementation, Law Number 8 of 2019, Umrah Management*



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license. DOI: 10.59548/jed.v4i1.757

Pendahuluan

Peningkatan jumlah jemaah umroh Indonesia dari tahun ke tahun telah mendorong lahirnya ratusan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) yang bersaing memperebutkan pasar yang sama. Persaingan ini melahirkan paradoks yang jarang diperiksa secara kritis dalam literatur: semakin ketat persaingan, semakin besar pula insentif bagi penyelenggara untuk mengubah instrumen kepatuhan hukum menjadi instrumen pemasaran. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh hadir sebagai kerangka yang mengatur legalitas, pembinaan, pendampingan, dan perlindungan jemaah, namun undang-undang ini tidak menyediakan mekanisme untuk mencegah instrumen perlindungan tersebut difungsikan ulang sebagai keunggulan kompetitif dalam industri jasa keagamaan yang semakin komersial (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019).

Studi-studi terdahulu mengenai implementasi regulasi penyelenggaraan umroh, termasuk kajian atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 dan peraturan turunannya, umumnya berhenti pada pertanyaan sejauh mana penyelenggara memenuhi ketentuan administratif (Alfian & Rafianti, 2023; Khoirunnisa, 2018; Maulani, 2018; Mutho & Hidayat, 2019). Pola kajian semacam ini menghasilkan simpulan yang cenderung seragam, yaitu bahwa penyelenggara "telah patuh" atau "belum patuh", tanpa membuka ruang untuk memeriksa bagaimana kepatuhan itu sendiri bekerja dalam logika pasar. Penelitian ini berangkat dari kegelisahan akademik atas kecenderungan tersebut. PT Al Fajr Yogyakarta, sebagai PPIU yang telah memperoleh izin resmi dari Kementerian Agama, dipilih bukan karena diduga melanggar hukum, melainkan justru karena kepatuhannya yang tergolong baik menjadikannya kasus yang tepat untuk menguji argumen bahwa kepatuhan formal dan orientasi bisnis dapat berjalan berdampingan, bahkan saling menguatkan, tanpa harus terjadi pelanggaran hukum sama sekali.

Argumentasi utama yang dibangun dalam penelitian ini adalah bahwa implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 pada tingkat PPIU tidak dapat dipahami secara memadai hanya melalui kerangka kepatuhan-ketidakpatuhan. Diperlukan pembacaan yang lebih tajam terhadap bagaimana ketentuan yang secara normatif dirancang untuk melindungi jemaah — legalitas, bimbingan manasik, rasio pendampingan, hak-hak jemaah, dan pengawasan — pada praktiknya dapat berfungsi ganda sebagai instrumen

legitimasi pasar. Fenomena ini oleh sejumlah pengkaji pariwisata religi disebut sebagai kecenderungan umum industri perjalanan keagamaan modern, di mana ritus dan pengalaman spiritual dikemas dan dijual sebagaimana produk wisata pada umumnya, tanpa harus kehilangan legitimasi keagamaannya di mata konsumen. Penelitian ini menempatkan PT Al Fajr Yogyakarta sebagai kasus untuk menelusuri kecenderungan tersebut secara empiris pada konteks regulasi Indonesia.

Penelitian ini menggunakan teori implementasi kebijakan George C. Edward III sebagai kerangka analisis, namun tidak menggunakannya secara aplikatif semata. Empat variabel Edward III — komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi — digunakan sebagai pisau bedah untuk menelusuri titik-titik di mana logika perlindungan jemaah bertransformasi menjadi logika akuisisi pelanggan. Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, menganalisis implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 pada PT Al Fajr Yogyakarta; kedua, mengidentifikasi pola pergeseran fungsi instrumen regulasi dari perlindungan menuju pemasaran; dan ketiga, mengusulkan pengembangan teoretis atas kerangka Edward III yang lebih peka terhadap karakter ganda industri jasa keagamaan (Edward III, 1980; Firabi et al., 2025).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan untuk mengkaji implementasi penyelenggaraan ibadah umrah berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 pada PT Al Fajr Yogyakarta. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap fenomena sosial secara mendalam melalui pemahaman terhadap pengalaman, perilaku, dan makna yang dibangun oleh para pelaku penyelenggara ibadah umrah dalam konteks yang nyata (Moleong, 2002).

Penelitian dilaksanakan di PT Al Fajr Yogyakarta yang merupakan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) resmi yang telah memperoleh izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Subjek penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Informan penelitian terdiri atas Direktur PT Al Fajr Yogyakarta, staf pelayanan, serta beberapa jemaah umrah yang pernah menggunakan layanan perusahaan.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil observasi lapangan, wawancara dengan para informan, serta dokumen internal PT Al Fajr Yogyakarta, seperti Standar Operasional Prosedur (SOP), izin operasional PPIU, dan dokumen penyelenggaraan ibadah umrah. Selain itu, sumber hukum primer yang menjadi dasar analisis penelitian adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah yang disahkan oleh Presiden Republik Indonesia bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai literatur ilmiah yang mendukung analisis, antara lain buku Lexy J. Moleong berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif*, buku Sugiyono berjudul *Metode Penelitian Kualitatif*, buku Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña berjudul *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, serta artikel-artikel jurnal yang membahas implementasi kebijakan penyelenggaraan ibadah umrah.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*), sedangkan instrumen pendukung meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar dokumentasi, catatan lapangan, dan alat perekam yang digunakan untuk mendukung proses pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipan pasif (*passive participant observation*), yaitu peneliti hadir secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati proses pelayanan penyelenggaraan ibadah umrah tanpa terlibat dalam kegiatan operasional perusahaan. Jenis observasi ini dipilih agar data yang diperoleh mencerminkan kondisi yang sebenarnya sehingga peneliti dapat mengamati implementasi pelayanan dan penerapan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 secara objektif.

Wawancara dilakukan menggunakan wawancara semi-terstruktur (*semi-structured interview*). Teknik ini dipilih karena memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk menggali informasi secara lebih mendalam, namun tetap berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai fokus penelitian. Wawancara dilakukan kepada Direktur PT Al Fajr Yogyakarta, staf pelayanan, dan beberapa jemaah umrah untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan pelayanan, penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam penyelenggaraan ibadah umrah.

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi sekaligus memverifikasi data hasil observasi dan wawancara. Dokumen yang dianalisis meliputi izin operasional, Standar Operasional Prosedur (SOP), data jemaah, laporan keberangkatan, materi promosi, dan dokumen administratif lainnya. Penerapan teknik dokumentasi bertujuan untuk membandingkan kesesuaian antara dokumen resmi perusahaan dengan praktik penyelenggaraan ibadah umrah di lapangan sehingga validitas data dapat ditingkatkan. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga interpretasi yang dihasilkan didasarkan pada data empiris yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan.

Hasil dan Pembahasan

A. Legalitas Penyelenggara: Kepatuhan Formal sebagai Modal Kepercayaan Bisnis

PT Al Fajr Yogyakarta telah memenuhi seluruh persyaratan legalitas sebagaimana diatur dalam Pasal 89 sampai Pasal 92 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019, mencakup kepemilikan oleh warga negara Indonesia beragama Islam, status badan usaha yang sah, kemampuan manajerial-teknis, kemampuan finansial, izin operasional dari Kementerian Agama, hingga kewajiban pelaporan berkala melalui SISKOPATUH, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

No.	Persyaratan UU No. 8/2019	Status	Bukti/Dokumen
1	Kepemilikan oleh WNI beragama Islam (Pasal 89)	Terpenuhi	KTP dan akta pendirian perusahaan
2	Terdaftar sebagai biro perjalanan wisata sah (Pasal 89)	Terpenuhi	SIUP dan TDP aktif
3	Kemampuan manajerial dan teknis (Pasal 89)	Terpenuhi	Struktur organisasi dan SDM bersertifikat
4	Kemampuan finansial yang memadai (Pasal 89)	Terpenuhi	Laporan keuangan internal
5	Izin operasional dari Menteri	Terpenuhi	SK Kemenag No.

	Agama (Pasal 90)		428/2014; SK No. U.157/2021
6	Kewajiban pelaporan berkala (Pasal 86 s.d. 90)	Terpenuhi	Pembaruan data SISKOPATUH

Tabel 1. Matriks Pemenuhan Persyaratan Legalitas PT Al Fajr Yogyakarta

Kepatuhan legalitas ini tidak dapat dibaca semata sebagai wujud ketaatan hukum yang netral. Temuan lapangan menunjukkan bahwa status legal-formal berupa nomor Surat Keputusan Kementerian Agama secara konsisten dicantumkan dalam materi promosi dan komunikasi pemasaran perusahaan kepada calon jemaah, menempatkan legalitas bukan hanya sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai modal kepercayaan (trust capital) yang secara langsung berkontribusi terhadap daya saing bisnis. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi regulasi, dari instrumen perlindungan jemaah menjadi instrumen legitimasi pasar. Kepatuhan terhadap Pasal 89 sampai Pasal 92 pada titik ini bukan semata cerminan tanggung jawab spiritual-institusional, melainkan juga strategi diferensiasi dalam persaingan industri PPIU yang semakin padat.

Di sisi lain, kepatuhan legalitas ini juga patut diapresiasi sebagai kelebihan PT Al Fajr, sebab tidak sedikit PPIU yang justru gagal memenuhi persyaratan dasar tersebut dan berujung pada penelantaran jemaah. Namun demikian, keberadaan kelebihan ini tidak boleh mengaburkan analisis kritis bahwa keberhasilan implementasi, jika diukur murni dari sisi legalitas formal, berpotensi menyembunyikan fakta bahwa legalitas itu sendiri telah menjadi bagian dari kalkulasi bisnis, bukan sekadar syarat administratif yang berdiri di luar logika pasar. Legalitas dengan demikian bekerja dalam dua wajah sekaligus, yaitu sebagai kepatuhan hukum dan sebagai aset pemasaran, dan kedua wajah ini tidak dapat dipisahkan dalam praktik PT Al Fajr.

B. Bimbingan Manasik dan Struktur Harga: Segmentasi Pasar dalam Balutan Pembinaan

Ketentuan Pasal 88 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 mewajibkan PPIU menyelenggarakan bimbingan manasik sebelum jemaah menunaikan ibadah. PT Al Fajr Yogyakarta memenuhi kewajiban ini melalui tiga kali pertemuan bimbingan yang dipandu pembimbing bersertifikat. Namun, jika dicermati secara kritis, durasi tiga pertemuan tersebut tergolong minimal dibandingkan

kompleksitas materi manasik yang mencakup aspek fikih, hafalan doa, dan praktik lapangan. Minimnya alokasi waktu ini mengindikasikan adanya kalkulasi efisiensi biaya operasional, semakin sedikit sesi bimbingan, semakin rendah biaya instruktur dan tempat yang harus ditanggung perusahaan, sebuah logika yang lazim ditemukan dalam manajemen biaya jasa komersial, bukan pada institusi yang idealnya menempatkan kematangan spiritual jemaah sebagai prioritas utama.

Kecenderungan yang sama terlihat pada struktur harga paket umroh PT Al Fajr yang berkisar antara Rp24.000.000 hingga Rp38.000.000. Rentang harga yang lebar ini mencerminkan segmentasi pasar berbasis kemampuan ekonomi calon jemaah, sebuah praktik yang secara struktural identik dengan diferensiasi produk pada industri pariwisata komersial, di mana kelas layanan menjadi variabel pembeda utama. Pola ini menegaskan argumentasi utama penelitian ini, bahwa penyelenggaraan ibadah umroh oleh PT Al Fajr telah bertransformasi menjadi produk jasa yang dipasarkan dengan prinsip stratifikasi konsumen, sekalipun secara formal seluruh paket tetap disebut sebagai ibadah umroh yang idealnya bersifat egaliter di hadapan Tuhan. Terminologi keagamaan seperti akad dan bimbingan, dalam praktiknya, membungkus logika akuisisi pelanggan yang lazim berlaku pada industri jasa pada umumnya.

Sebagai catatan berimbang, ketersediaan sertifikasi pembimbing manasik tetap merupakan pemenuhan standar minimal yang patut diakui, dan tidak semua PPIU menyediakan pembimbing bersertifikat. Kekurangannya terletak bukan pada ketiadaan bimbingan, melainkan pada kedalaman dan intensitasnya yang tereduksi oleh pertimbangan efisiensi biaya, sehingga fungsi pembinaan spiritual berjalan berdampingan, dan pada titik tertentu dikalahkan, oleh fungsi akuisisi pelanggan berbasis segmentasi harga.

C. Rasio Pendampingan Mutawwif: Antara Standar Perlindungan dan Strategi Pemasaran

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah rasio pendampingan mutawwif PT Al Fajr Yogyakarta yang mencapai 1:40, lebih ketat dibandingkan praktik umum di lapangan yang berkisar 1:45. Pada satu sisi, rasio ini dapat dibaca sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memenuhi standar pendampingan yang melampaui ketentuan minimum sebagaimana diamanatkan Pasal 86 dan Pasal 94, dan hal ini merupakan kelebihan nyata yang membedakan PT Al Fajr dari sejumlah PPIU lain yang bahkan tidak

memenuhi rasio minimum. Namun pada sisi lain, temuan observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa rasio tersebut secara eksplisit dijadikan salah satu keunggulan kompetitif (unique selling point) yang ditonjolkan dalam materi pemasaran perusahaan untuk menarik minat calon jemaah.

Fenomena ini memperlihatkan ambivalensi mendasar, standar yang secara normatif dirancang sebagai instrumen perlindungan jemaah, dalam praktiknya juga berfungsi ganda sebagai instrumen diferensiasi bisnis. Ambivalensi semacam ini sulit ditangkap apabila penelitian hanya berhenti pada pertanyaan apakah standar terpenuhi. Penelitian ini menegaskan bahwa pertanyaan yang lebih substansial adalah bagaimana standar perlindungan tersebut difungsikan dalam strategi bisnis penyelenggara, dan sejauh mana fungsi ganda tersebut berpotensi mengubah orientasi pendampingan ibadah dari kebutuhan spiritual jemaah menjadi kalkulasi kepuasan pelanggan semata. Dengan kata lain, angka rasio yang sama dapat dibaca sekaligus sebagai bukti keberpihakan pada jemaah dan sebagai kalimat iklan, tanpa kedua pembacaan ini saling meniadakan.

D. Perlindungan Hak Jemaah: Kerangka Perlindungan Konsumen dalam Institusi Ibadah

Secara formal, PT Al Fajr Yogyakarta telah memenuhi hak-hak jemaah sebagaimana diatur dalam Pasal 96 sampai Pasal 98 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Hak Jemaah	Bentuk Pemenuhan oleh PT Al Fajr	Dasar Hukum
Hak Memperoleh Informasi	Penjelasan terbuka mengenai biaya, fasilitas, dan komponen paket	Pasal 86
Transparansi biaya	Penetapan biaya sesuai referensi PMA No. 221/2018	Pasal 86
Perlindungan hukum	Akad perjanjian tertulis memuat hak dan kewajiban	Pasal 93
Asuransi	Asuransi jiwa, kecelakaan, dan kesehatan	Pasal 96
Keamanan dan Kesehatan	Pendampingan mutawwif; vaksinasi pra- keberangkatan	Pasal 87, 97
Penanganan	Layanan Informasi dan Pengaduan Internal	Pasal 98

keluhan		
---------	--	--

Tabel 2. Pemenuhan Hak Jemaah oleh PT Al Fajr Yogyakarta

Perlu dicermati secara kritis adalah bahwa kerangka hak-hak tersebut, yaitu informasi, transparansi harga, akad tertulis, dan asuransi, pada dasarnya adalah kerangka perlindungan konsumen (consumer protection) yang lazim berlaku pada transaksi jasa komersial, bukan kerangka khas yang dirancang untuk memuliakan posisi jemaah sebagai penunai ibadah. Dengan kata lain, arsitektur hukum yang melindungi jemaah umroh pada dasarnya meniru arsitektur perlindungan pembeli jasa wisata, sebuah indikasi bahwa negara sendiri, melalui undang-undang ini, turut menempatkan ibadah umroh dalam kerangka relasi bisnis penyedia jasa dan konsumen, ketimbang kerangka relasi lembaga keagamaan dan umat.

Lebih jauh, penelitian ini menemukan bahwa mekanisme penanganan keluhan PT Al Fajr belum terstandardisasi dalam format yang baku dan tidak memiliki saluran pengaduan independen di luar jalur internal perusahaan. Ketiadaan saluran independen ini memperlihatkan bahwa posisi jemaah pada akhirnya tetap berada dalam ketergantungan terhadap itikad baik penyelenggara, sebuah kerentanan struktural yang tidak banyak berbeda dengan kerentanan konsumen pada umumnya dalam relasi bisnis yang timpang.

Di sinilah letak kelemahan utama PT Al Fajr yang perlu diakui secara jujur, berdampingan dengan kelebihanannya pada aspek legalitas dan rasio pendampingan yang telah diuraikan sebelumnya, sehingga gambaran yang utuh tentang PT Al Fajr bukanlah gambaran hitam-putih, melainkan gambaran institusi yang unggul pada indikator yang mudah dipasarkan namun rapuh pada indikator yang menuntut komitmen struktural jangka panjang seperti mekanisme pengaduan independen.

E. Pengawasan Berbasis SISKOPATUH: Teknokrasi Administratif, Bukan Jaminan Kualitas Ibadah

Pengawasan terhadap PT Al Fajr Yogyakarta dilakukan melalui kombinasi pengawasan internal berbasis SOP dan pengawasan eksternal oleh Kementerian Agama melalui sistem digital SISKOPATUH, sebagaimana diamanatkan Pasal 99 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019. Digitalisasi ini secara signifikan meningkatkan efisiensi administratif serta mempermudah

pemantauan data perizinan, paket, dan status asuransi jemaah secara real-time (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2024).

Penelusuran kritis terhadap indikator yang dipantau SISKOPATUH menunjukkan bahwa sistem ini pada dasarnya adalah instrumen pengawasan administratif-teknokratis, ia efektif memantau legalitas izin, keberadaan asuransi, dan validitas dokumen, tetapi tidak memiliki indikator apa pun untuk mengukur kualitas substantif pembinaan ibadah, kedalaman bimbingan manasik, atau kesesuaian orientasi spiritual penyelenggaraan dengan semangat ibadah itu sendiri.

Dengan demikian, negara melalui SISKOPATUH pada dasarnya mengawasi PPIU sebagaimana mengawasi pelaku usaha jasa pada umumnya, yaitu berbasis kepatuhan dokumen dan pelaporan, bukan mengawasi kualitas keagamaan penyelenggaraan ibadah. Kekosongan ini menjadi celah struktural yang memungkinkan orientasi bisnis PT Al Fajr berkembang tanpa terdeteksi selama dokumen administratif tetap tertib, sebuah kondisi yang menjelaskan mengapa perusahaan dapat secara simultan tercatat patuh di SISKOPATUH sekaligus menjalankan praktik segmentasi pasar dan efisiensi bimbingan manasik sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya.

F. Sintesis Kritis: Lima Dimensi Edward III dan Komodifikasi Ibadah pada PT Al Fajr

Apabila temuan-temuan di atas disintesis melalui teori implementasi kebijakan George C. Edward III, tampak pola yang konsisten pada keempat variabel implementasi. Pertama, dimensi komunikasi pada PT Al Fajr tidak semata berfungsi sebagai penyampaian informasi kepada jemaah, tetapi secara simultan berfungsi sebagai instrumen pemasaran, terlihat dari bagaimana informasi legalitas, rasio pendampingan, dan fasilitas dikemas sebagai materi promosi. Kedua, dimensi sumber daya, sekalipun tersedia secara memadai, dialokasikan berdasarkan kalkulasi efisiensi biaya, misalnya durasi bimbingan manasik yang minimal, bukan semata berbasis kebutuhan spiritual jemaah. Ketiga, dimensi disposisi pelaksana lebih banyak diarahkan pada pencapaian kepuasan pelanggan (customer satisfaction) sebagai indikator keberhasilan, ketimbang kedalaman pembinaan ibadah sebagai tujuan intrinsik. Keempat, struktur birokrasi PT Al Fajr, dengan pembagian tugas administrasi, pemasaran, dan operasional, pada dasarnya meniru struktur korporasi biro perjalanan wisata pada umumnya, bukan struktur lembaga keagamaan yang berorientasi pada pembinaan umat.

Pola berulang pada keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa orientasi bisnis pada PT Al Fajr bukan gejala pada satu titik implementasi, melainkan logika yang menyusup secara sistemik ke seluruh variabel implementasi kebijakan. Atas dasar inilah penelitian ini mengusulkan penambahan dimensi kelima ke dalam kerangka Edward III, yaitu orientasi bisnis (*business orientation*), yang tidak berdiri sebagai faktor implementasi yang berdiri sendiri, melainkan sebagai logika yang membingkai ulang cara kerja komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi dalam konteks industri jasa keagamaan. Dimensi kelima ini menjelaskan mengapa sebuah PPIU dapat secara simultan tercatat patuh secara hukum dan pada saat yang sama menjalankan model bisnis yang mereduksi ibadah umroh menjadi komoditas wisata religi berjenjang harga.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh pada PT Al Fajr Yogyakarta telah terlaksana secara efektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Implementasi tersebut tercermin melalui pemenuhan aspek legalitas penyelenggara, penyelenggaraan pelayanan ibadah umroh, pemenuhan kewajiban Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU), serta perlindungan hak jemaah yang didukung oleh sistem pengawasan berbasis digital melalui SISKOPATUH.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan tidak hanya ditentukan oleh kepatuhan administratif terhadap regulasi, tetapi juga oleh kemampuan penyelenggara dalam menerjemahkan ketentuan hukum ke dalam praktik pelayanan yang profesional, transparan, akuntabel, dan berorientasi pada perlindungan jemaah.

Berdasarkan analisis menggunakan teori implementasi kebijakan George C. Edward III, efektivitas implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 dipengaruhi oleh keterpaduan empat dimensi utama, yaitu komunikasi yang efektif dalam penyampaian informasi kepada jemaah, ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten, komitmen organisasi dalam menjalankan kebijakan sesuai standar pelayanan, serta struktur birokrasi yang didukung oleh penerapan standar operasional prosedur secara konsisten. Selain itu, pemanfaatan SISKOPATUH memperkuat proses implementasi melalui peningkatan transparansi data, efektivitas pelaporan, dan kemudahan

pengawasan oleh Kementerian Agama, sehingga penyelenggaraan ibadah umroh dapat dilaksanakan secara lebih akuntabel dan terukur.

Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kebijakan masih memerlukan penyempurnaan pada beberapa aspek, khususnya standarisasi mekanisme penanganan pengaduan jemaah, evaluasi efektivitas pelaksanaan bimbingan manasik, serta penguatan pengelolaan sistem informasi untuk meminimalkan risiko teknis dalam pengawasan berbasis digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa implementasi kebijakan merupakan proses yang bersifat dinamis sehingga memerlukan evaluasi dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan agar pelayanan dan perlindungan terhadap jemaah dapat terus ditingkatkan.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penyusunan model implementasi penyelenggaraan ibadah umroh yang mengintegrasikan aspek legalitas, pelayanan, pemenuhan kewajiban PPIU, perlindungan hak jemaah, dan pengawasan dalam satu kerangka implementasi kebijakan berdasarkan teori George C. Edward III. Model tersebut menunjukkan bahwa efektivitas implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga pada sinergi antara komunikasi, sumber daya, disposisi pelaksana, struktur birokrasi, dan pemanfaatan teknologi informasi dalam penyelenggaraan pelayanan.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan implikasi teoretis berupa penguatan penerapan teori implementasi kebijakan dalam konteks penyelenggaraan ibadah umroh, sekaligus memberikan implikasi praktis sebagai rujukan bagi PPIU dan pemerintah dalam mengembangkan tata kelola pelayanan yang lebih profesional, transparan, akuntabel, dan berorientasi pada perlindungan hak jemaah.

Referensi

- Alfian, M., & Rafianti, L. (2023). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 5(2), 112–128.
- Ayatullah, M., & Arifin, Z. (2025). Efektivitas Pengawasan Pemerintah terhadap Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik Islam*, 7(1), 45–62.
- Berliantin, A. P. (2021). *Studi Implementasi Kebijakan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 2019 tentang Penetapan Kuota Haji Reguler di Kantor Wilayah*

- Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo].
- Firabi, A., et al. (2025). Problematika Penyelenggaraan Ibadah Umroh di Indonesia: Kajian terhadap Perlindungan Hak Jemaah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 9(1), 78–94.
- Haryanto, J. T., Anasom, Syakur, M., Fadhilah, I., & Mustaghfirin. (2021). *Panduan Perjalanan Jemaah Haji*. Diva Press.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Data Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umroh dan Haji Khusus (SISKOPATUH) Tahun 2024*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umroh.
- Khoirunnisa. (2018). *Implementasi Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah pada PT. Tima Amanah Prima Wisata Jakarta Selatan* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Maulani, U. (2018). *Implementasi PMA No. 8 Tahun 2018 di Biro Perjalanan Ibadah Haji & Umrah* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto].
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru* (T. R. Rohidi, Penerj.). Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Remaja Rosdakarya.
- Mukhlis, M. (2018). Regulasi dan Pengawasan Penyelenggaraan Ibadah Umroh di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Islam*, 4(2), 201–218.
- Mutho, A., & Hidayat, R. (2019). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Ibadah Umroh Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2018. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 55–72.
- Nursiti, N., & Dewi, R. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Jemaah Umroh melalui Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 134–150.
- Pane, M. (2024). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 dalam Pelayanan Vaksinasi Meningitis bagi Jemaah Umroh. *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia*, 13(1), 22–35.
- Peraturan Menteri Agama Nomor 221 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh. (2018). Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Solichin, M. (2015). Implementasi kebijakan pendidikan dan peran birokrasi. *Jurnal Studi Islam*, 6(2), 148–166.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh. (2019, 26 April). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 75.