FENOMENA UMROH MANDIRI TERHADAP BISNIS PERJALANAN WISATA DI INDONESIA

Ahmad Rimba Dirgantara[1], Syaiba Amalia Syamsiah[2], Laila Ramadhina Pangestika[3], Irawan[4]

Universitas Persatuan Islam, Jl. Peta No.154, Suka Asih, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat;

email ardirgantara@unipi.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena umroh mandiri dan dampaknya terhadap bisnis perjalanan wisata di Indonesia, dengan fokus pada dua provinsi besar, yaitu Sumatera Selatan dan Jawa Barat. Tujuan penelitian adalah menganalisis faktor pendorong popularitas umroh mandiri serta implikasinya terhadap dinamika industri perjalanan. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap tiga kelompok informan: pelaku umroh mandiri, perwakilan pemerintah terkait pada bidang haji dan umrah di Kementerian Agama, dan pelaku usaha perjalanan wisata. Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif tematik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap umroh mandiri meningkat signifikan, terutama karena faktor harga yang lebih terjangkau dibandingkan paket konvensional serta fleksibilitas dalam mengatur jadwal dan itinerary. Namun, fenomena ini menimbulkan disrupsi pada bisnis travel umroh tradisional, yang menghadapi penurunan permintaan dan perlu adaptasi strategi pemasaran. Di sisi lain, pelaku usaha perjalanan wisata umum mulai mengintegrasikan layanan pendukung umroh mandiri, seperti penyewaan transportasi lokal dan pemandu spesialis, sebagai peluang bisnis baru. Temuan juga mengungkap tantangan regulasi, termasuk potensi penyalahgunaan izin perjalanan dan perlunya pengawasan lebih ketat oleh otoritas terkait. Implikasi penelitian ini yaitu kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas dalam menciptakan ekosistem perjalanan umrah yang berkelanjutan, adil, dan sesuai syariah. Studi ini merekomendasikan inovasi model bisnis berbasis digital untuk meningkatkan kompetitifitas pelaku travel konvensional.

Kata Kunci: Umroh Mandiri, Bisnis Perjalanan Wisata, Adaptasi Strategi, Regulasi.

Abstract

This study examines the phenomenon of independent Umrah and its impact on the travel business in Indonesia, focusing on two significant provinces: South Sumatra and West Java. This research aims to analyze the factors driving the popularity of independent Umrah and its implications for the dynamics of the travel industry. Primary data was collected through in-depth interviews with three informants: independent Umrah participants, government representatives from the Hajj and Umrah sector at the Ministry of Religious Affairs, and travel business operators. Data analysis utilized a qualitative thematic approach to identify patterns and relationships among variables. The findings indicate a significant increase in public

interest in independent Umrah, primarily due to its more affordable cost than conventional packages and flexibility in arranging schedules and itineraries. However, this phenomenon has disrupted traditional Umrah travel businesses, which face declining demand and must adapt their marketing strategies. Conversely, general travel business operators have started integrating support services for independent Umrah, such as local transportation rentals and specialist guides, as new business opportunities. The study also highlights regulatory challenges, including potential misuse of travel permits and the need for stricter oversight by relevant authorities. The implications of this research emphasize the need for collaboration among the government, business operators, and communities to create a sustainable, equitable, and Sharia-compliant Umrah travel ecosystem. This study recommends digital-based business model innovations to enhance the competitiveness of conventional travel operators.

Keywords: *Independent Umrah, Travel Business, Strategy Adaptation, Regulation.*

PENDAHULUAN

Umrah mandiri merupakan fenomena baru di Indonesia dimana jamaah merencanakan dan melaksanakan ibadah umrah secara mandiri tanpa menggunakan jasa usaha perjalanan resmi. Tren ini berkembang seiring kemajuan teknologi digital dan kemudahan akses internet yang memungkinkan jamaah untuk mengatur sendiri tiket, visa, dan akomodasi (Putra, 2024) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Meskipun umrah mandiri menawarkan fleksibilitas dan penghematan biaya 20-30% dibanding menggunakan usaha perjalanan, praktik ini bertentangan dengan UU No. 8 Tahun 2019 yang mewajibkan jamaah menggunakan jasa Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) resmi. Aturan ini dibuat untuk melindungi jamaah dari potensi risiko selama perjalanan (Hakim, 2023).

Fenomena ini berdampak signifikan pada industri perjalanan, terutama usaha perjalanan wisata dengan skala kecil yang mengandalkan layanan umrah sebagai sumber pendapatan utama. Mereka mengalami penurunan jumlah jamaah karena preferensi masyarakat yang beralih ke umrah mandiri (Ali, 2023). Sebagai negara dengan jumlah jamaah umrah terbesar di dunia, Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan tren umrah mandiri secara global.

TINJAUAN LITERATUR

Tinjauan literatur pada penelitian ini mencakup beberapa aspek utama terkait umrah mandiri, regulasi perjalanan umrah, serta dampaknya terhadap industri perjalanan. Beberapa penelitian terdahulu telah membahas tren digitalisasi dalam industri perjalanan dan bagaimana perkembangan teknologi memengaruhi preferensi wisatawan religius.

1. Umrah Mandiri dan Digitalisasi Perjalanan

Menurut penelitian Rahman dan Aziz (2021), digitalisasi dalam sektor perjalanan telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih layanan umrah. Teknologi memungkinkan jamaah untuk mengatur perjalanan mereka secara

mandiri tanpa melalui biro perjalanan. Studi lain oleh Yusuf (2022) menunjukkan bahwa platform digital meningkatkan aksesibilitas dan transparansi informasi, sehingga mendorong lebih banyak jamaah untuk memilih umrah mandiri.

2. Regulasi Umrah di Indonesia

Undang-Undang No. 8 Tahun 2019 mewajibkan jamaah untuk menggunakan biro perjalanan resmi demi menjamin keselamatan dan kepatuhan administrasi perjalanan umrah. Beberapa studi hukum, seperti yang dilakukan oleh Hakim (2023), menyoroti pentingnya regulasi ini untuk mencegah penipuan dan meningkatkan standar pelayanan ibadah umrah.

3. Dampak terhadap Industri Perjalanan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tren umrah mandiri menimbulkan tantangan bagi pelaku industri perjalanan konvensional. Menurut laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), biro perjalanan mengalami penurunan pendapatan karena pergeseran preferensi konsumen. Penelitian oleh Zulkifli dan Ahmad (2024) juga menyoroti perlunya adaptasi biro perjalanan melalui digitalisasi layanan agar tetap kompetitif.

Tinjauan literatur ini menjadi dasar dalam menganalisis fenomena umrah mandiri, implikasinya terhadap industri perjalanan, serta rekomendasi kebijakan yang dapat menyeimbangkan kepentingan regulator, biro perjalanan, dan jamaah umrah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2018) untuk menganalisis fenomena umroh mandiri dan dampaknya terhadap bisnis perjalanan wisata di Sumatera Selatan dan Jawa Barat. Desain penelitian mengacu pada kerangka Creswell (2014) yang menekankan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola hubungan antar variabel. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap tiga kelompok pemangku kepentingan: 2 jemaah umroh mandiri, 2 perwakilan Kementerian Agama terkait, dan 1 pelaku usaha perjalanan wisata. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive sampling berdasarkan kriteria pengalaman langsung dan peran strategis dalam ekosistem umroh. Wawancara berfokus pada motivasi, preferensi, tantangan, serta implikasi ekonomi-spiritual dari umroh mandiri, dengan seluruh proses direkam untuk menjaga keakuratan data.

No	Kode Informan	Keterangan
1	R1	Pelaku Umrah Mandiri
2	R2	Pelaku Umrah Mandiri
3	R3	Usaha Perjalanan Wisata
4	R4	Kementerian Agama Wil Bandung
5	R5	Kementerian Agama Wil Bogor

Table 1 Informan Penelitian

Sumber: Studi Lapangan, 2024

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi QualCoder versi 3.5 melalui tiga tahap: open coding untuk mengidentifikasi konsep inti, axial coding untuk menghubungkan kategori antar kelompok informan, dan selective coding untuk menyusun narasi tematik holistik. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan perspektif antar stakeholder serta member checking untuk memastikan kesesuaian interpretasi. Penelitian ini mematuhi prinsip etika akademik dengan menjamin kerahasiaan identitas partisipan dan memperoleh persetujuan tertulis (*informed consent*) sebelum pengumpulan data (Creswell, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berisikan tentang paparan hasil analisis berkaitan dengan tujuan penelitian. Pembahasan juga neliputi pemaknaan hasil dan perbandingan dengan teori dan / atau hasil penelitian sejenis maupun dengan penelitian lebih luas. Hasil penelitian dapat disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau deskriptif. Analisis dan interpretasi hasil ini diperlukan sebelum dibahas. Pembahasan difokuskan pada mengaitkan data dan hasil analisisnya dengan permasalahan atau tujuan penelitian dan konteks teoretis yang lebih luas.

A. TEMUAN UTAMA

Trend umrah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial-ekonomi dan budaya. Transformasi ini mencerninkan perubahan sikap di kalangan Muslim Indonesia, khususnya kelas menengah, yang mencari pengalaman ibadah yang lebih personal dan hemat biaya.

Wawancara dengan 4 informan mengungkapkan bahwa flekbilitas, biaya dan dukungan teknologi informasi merupakan faktor utama melakukan umrah mandiri. Pada sisi dampak terhadap usaha perjalanan wisata atau pemilik usaha haji dan umrah; yaitu penurunan segmen pasar wisatawan muda yang berpengalaman. Para informan berpendapat bahwa kemudahan visa dan teknologi informasi merupakan hal yang mendasari wisatawan melakukan umrah secara mandiri.

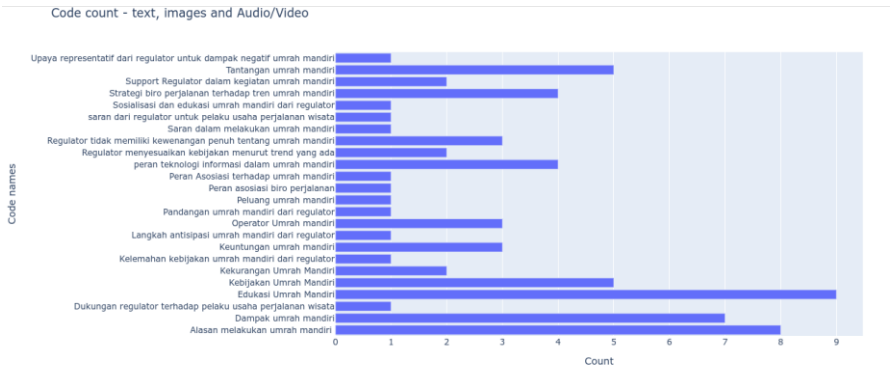

Figure 1 Data Grafik Hasil Coding

Berdasarkan data grafik batang diatas, beberapa kekhawatiran utama mengenai umrah mandiri meliputi, paling sering dibahas yang berarti nhwa ada banyak masalah yang dihadapi orang atau perusahaan ketika melakukan umrah mandiri. Dukungan relugasi juga sering disebutkan yang menunjukkan bahwa

pemerintah harus berperan dalam mendukung kegiatan tersebut. Selain itu, juga terlihat bahwa edukasi mengenai umrah mandiri juga menjadi isu yang signifikan, sehingga pemahaman tentang hal ini perlu disebarluaskan kepada masyarakat. Beberapa variabel lain, termasuk kebijakan, penggunaan teknnologi, dan pro kontra dari umrah mandiri juga dipertimbangkan, tetapi lebih jarang.

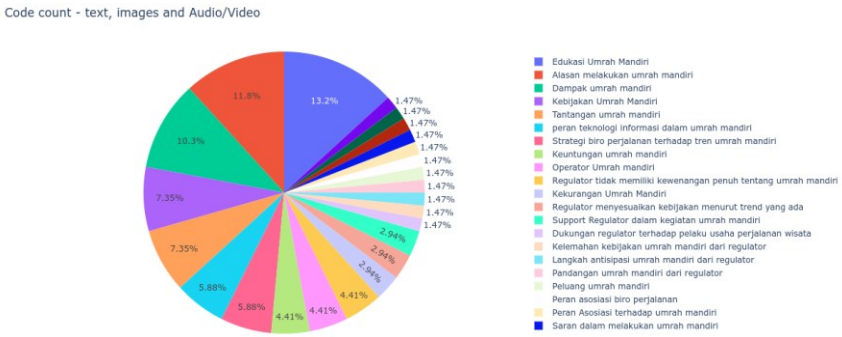

Figure 2 Diagram Lingkaran Hasil Coding

Diagram lingkaran yang disajikan di atas, didasarkan tema setiap pernyataan informan tentang fenomena umrah mandiri dan porsinya mewakili kontribusi masing-masing faktor terhadap fenomena umrah mandiri. Edukasi menjadi urutan pertama dengan nilai 13.2%, disusul dengan alasan melakukan umrah mandiri dengan nilai 11.8%, untuk dampak mengenai umrah mandiri berada di nilai 10.3% dan terakhir proporsi sebesar 10.3% ada pada kebijakan dalam umrah mandiri.

tantangan dan peran teknologi informasi memiliki poin yang sama masing-masing sebesar 7.35% selanjut strategi dan keuntungan umrah mandiri memiliki bobot nilai 5.88%. perolehan selajutnya pada pon 4.41% yaitu tema mengenai operator umrah mandiri dan regulator tidak memiliki wewenang penuh.

Sebagian besar lainnya berisi beberapa tantangan dan dampak umrah mandiri-semua ini menunjukkan perlunya tindakan dan penilaian pencegahan. Kebijakan, peluang dan keterlibatan organisasi Asosiasi Perjalanan Wisata memiliki porsi yang lebih kecil dibandingkan variabel lainnya namun juga termasuk faktor penentu strategi umrah mandiri.

B. FAKTOR PENDORONG MENINGKATNYA MINAT TERHADAP UMRAH MANDIRI: FLEKSIBELITAS DAN BIAYA YANG LEBIH RENDAH, DAN KEMUDAHAN AKSES TEKNOLOGI.

Fleksibilitas atau kemudahan dalam mengatur itinerary serta biaya yang lebih rendah adalah salah satu faktor utama wisatawan melakukan umrah mandiri (Pitaya, 2021). seperti yang dijelaskan oleh informan umrah mandiri R1:

"Alasan melaukan umrah mandiri dikarenakan fleksibel dalam waktu dan juga budget. Karena melakukan umrah mandiri bisa menentukan penerbangan, hotel, makan. dan itu bisa memilih dimana saja."

selanjutnya faktor lain yang memdorong umrah secara mandiri adalah kemudahan dalam mengakses teknologi dan informasi, seperti yang dipaparakan oleh R2:

"Secara umum, asosiasi melihat fenomena ini dari berbagai sudut pandang: Pengaruh Teknologi: Kemajuan teknologi, seperti akses ke platform online untuk pembelian tiket, reservasi hotel, dan visa elektronik, memudahkan jamaah untuk merencanakan umrah tanpa harus melalui usaha perjalanan konvensional."

Temuan ini selaras dengan studi Putra (2024) tentang peran aplikasi mobile dalam pariwisata religius. Selain itu, fleksibilitas biaya dan jadual juga mendorong minat umrah mandiri (Fahmi, 2023). Teknologi informasi berperan dalam perkembangan umrah secara mandiri, seperti yang dijelaskan oleh pihak stakeholder khususnya pemerintah dalam hal ini diwaliki oleh Kementerian Agama bidang Haji dan Umrah atau informan R3 berikut ini:

"Teknologi digital tuh sekarang perannya gede banget. Orang jadi gampang cari info atau pesan layanan. Kami pun coba ikutan adaptasi, kayak bikin platform atau aplikasi buat panduan umrah yang aman sesuai aturan."

Aplikasi mengenai akomodasi, dan transportasi menjadi dua hal yang paling sering menjadi perhatian dari pelaku umrah mandiri, karena dengan dua sektor tersebut umrah menjadi menjadi lebih layak untuk diperjuangkan karena biaya yang bisa ditekan lebih murah. Ada pun aplikasi yang menjadi perhatian ketika sudah berapa di tanah suci yaitu nusuk. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang wajib ada ketika akan berkunjung ke tempat suci di Mekkah dan Madinah.

"Applikasi yang di gunakan bisa memakai detik.com, traveloka, dan juga bisa membeli secara langsung ke maskapai penerbangan. Applikasi nusuk digunakan untuk mendapatkan izin masuk ke dalam raudhoh. Dan dalam pendaftaran nusuk bisa melakukan dua aktivitas yaitu aktivitas untuk umrah mandiri dan juga untuk mendapatkan izin masuk ke raudhoh jadi bisa di persiapkan untuk aktivitasnya." ucap Informan R1

C. DAMPAK UMRAH MANDIRI TERHADAP USAHA PERJALANAN WISATA: PENURUNAN SEGMEN PASAR WISATAWAN MUDA YANG BERPENGALAMAN

Dampak umrah mandiri bagi pelaku usaha biro perjalanan adalah menurunnya segmen pasar wisatawan muda, seperti yang dijelaskan oleh responden R2:

"Di kota-kota besar Tren umrah mandiri membuat beberapa biro perjalanan sedikit berkurang segmen pasar jamaah yang lebih muda dan berpengalaman."

mengonfirmasi temuan Zulkifli dan Ahmad (2024) tentang perlunya adaptasi model bisnis berbasis digital. Sebaliknya, pelaku usaha mulai mengintegrasikan layanan pendukung seperti penyewaan transportasi lokal (Gunawan, 2024).

D. PERAN REGULASI, EDUKASI, DAN KEAMANAN DALAM UMRAH MANDIRI

Biro perjalanan wisata memiliki tantangan tersendiri dengan hadirnya fenomena umrah mandiri. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap responden mengenai hal ini, responden mengutarakan bahwa regulasi menjadi poin terpenting di samping edukuasi serta keamanan perjalanan mandiri bagi wisatawan;

"Tantangan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari regulasi hingga adaptasi teknologi, yang perlu diatasi untuk menjaga kualitas dan keberlanjutan industri perjalanan umrah"

Pernyataan di atas merupakan informasi yang didapatkan melalui wawancara mendalam dengan responden R2. Di sisi lain, R4 memberikan statement sebagai berikut:

"Kemenag sendiri juga sulit ketika meminta tanggung jawab ketika terjadinya adanya masalah dalam pelaksanaan umrah mandiri ini di karenakan Kemenag tidak di berikan wewenang untuk memberikan sanksi terhadap travel"

R4 menambahkan jika regulasi mengenai umrah mandiri tidak disesuiakan dengan fenomena yang ada, maka akan memberikan ruang untuk tindak kriminalitas (keamanan) khususnya dalam kegiatan umrah ini.

"Tantangan terbesar dalam pelaksanaan umrah mandiri ini bisa juga menjadi sebuah kesempatan bagi sebagian orang yang memiliki niat kurang baik. Kemenag sendiri tidak bisa memberikan asosiasi dan kemenag sendiri tidak bisa mengawas"

Keterbatasan wewenang Kementerian Agama dalam mengawasi praktik mandiri R4 menunjukkan perlunya reformasi kebijakan (Hakim, 2023). Studi Malik (2023) merekomendasikan standar keamanan ketat untuk meminimalkan risiko penipuan.

E. STRATEGI USAHA PERJALANAN WISATA

Transformasi model bisnis biro perjalanan: integrasi layanan digital, personalisasi paket wisata. Keharusan berinovasi pada sektor teknologi informasi adalah bentuk strategi yang diberikan oleh responden R2 dalam membina para anggotanya agar bisa berkelanjutan dalam bisnis ini.

"Penguatan Kompetensi Digital: Asosiasi menyediakan pelatihan bagi agen perjalanan untuk mengadopsi teknologi digital, seperti penggunaan platform pemesanan online, manajemen data pelanggan, dan pemasaran berbasis digital. Peningkatan Kualitas Layanan Sertifikasi dan Standar Kualitas: Asosiasi membantu meningkatkan kredibilitas agen melalui sertifikasi dan memastikan layanan mereka memenuhi standar yang diakui pemerintah."

Selanjutnya hal terpenting dalam memberikan edukasi terhadap jamaah dalam hal ini user/konsumen yaitu brand awereness. R2 membantu anggotanya untuk bisa melalukan branding yang tepat agar bisa menarik perhatian user/konsumen dalam hal ini jemaah umrah.

"*Peningkatan Branding: Asosiasi mendorong agen perjalanan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, seperti menggunakan media sosial, konten video, atau testimoni pelanggan untuk menarik perhatian calon jamaah. Program Loyalitas: Beberapa asosiasi membantu agen merancang program loyalitas, seperti diskon khusus untuk pelanggan setia atau paket referensi untuk menarik pelanggan baru.*"

F. MODEL BISNIS DIGITAL UNTUK TRAVEL UMRAH KONVENSIONAL

Berikut adalah diagram inovasi model bisnis berbasis digital untuk meningkatkan daya saing pelaku travel konvensional terhadap tren umrah mandiri. Model ini mengintegrasikan teknologi digital agar biro perjalanan tetap relevan di tengah perubahan preferensi jamaah.

No	Element	Indikator
1	Platform Digital Terpadu	Aplikasi/Web untuk pemesanan tiket, visa, dan akomodasi
		Layanan konsultasi ibadah secara daring
		Fitur edukasi dan informasi regulasi terkini
2	Kemitraan Strategis	Kolaborasi dengan fintech untuk skema cicilan biaya umrah
		Kerjasama dengan maskapai, hotel, dan restoran halal
3	Personalisasi Layanan	Paket umrah fleksibel dengan opsi DIY (do-it-yourself) dan bimbingan
		Analisis data pengguna untuk rekomendasi layanan sesuai preferensi
4	Komunitas dan Loyalty Program	Forum diskusi dan sharing pengalaman jamaah
		Program loyalitas berbasis poin untuk diskon atau fasilitas tambahan
5	Teknologi Blockchain & AI	Transparansi harga dan jaminan keamanan transaksi
		Chatbot AI untuk layanan pelanggan otomatis

Table 2 Model Bisnis Digital untuk Travel Umrah Konvensional
sumber: Hasil Analisis, 2024

secara lebih jelas dapat dilihat pada Figure 3 di bawah ini. Integrasi layanan digital, seperti platform terpadu dan chatbot AI (Gambar 3), menjadi solusi utama (Wahyudi, 2023). Program loyalitas berbasis poin juga efektif meningkatkan retensi pelanggan (Fahmi, 2023).

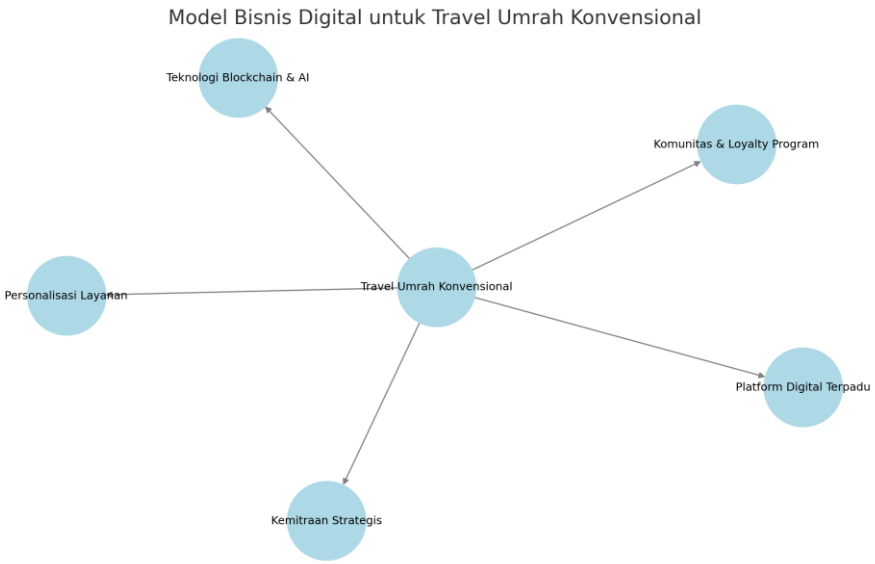

Figure 3 Diagram Model Bisnis Digital

sumber: Hasil Penelitian, 2024.

SIMPULAN

Di berbagai negara, termasuk Indonesia, praktik umroh mandiri semakin populer berkat kemajuan teknologi digital. Aplikasi seperti Nusuk dari Arab Saudi memungkinkan jamaah merencanakan perjalanan secara mandiri dengan fleksibilitas dan penghematan biaya. Meski demikian, regulasi Indonesia melalui UU No. 8 Tahun 2019 mewajibkan penggunaan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) resmi demi keamanan, sehingga minat umroh mandiri tetap terbatas. Tantangan logistik, hukum, dan kesehatan juga menjadi penghambat. Untuk bersaing, agen perjalanan mulai mengadopsi digitalisasi guna menarik jamaah muda yang melek teknologi.

Dampak signifikan terlihat pada industri perjalanan, terutama biro kecil yang mengandalkan layanan umroh sebagai sumber pendapatan utama. Penurunan jumlah jamaah yang menggunakan jasa mereka mendorong perlunya inovasi model bisnis, seperti digitalisasi layanan dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Langkah ini diharapkan meningkatkan daya saing di tengah transformasi digital.

Di sisi regulasi, diperlukan kebijakan adaptif yang mengakomodasi tren umroh mandiri tanpa mengabaikan perlindungan jamaah. Penerapan standar keamanan ketat, edukasi risiko perjalanan mandiri, serta regulasi fleksibel dapat menjadi solusi untuk menyeimbangkan kepentingan regulator, biro perjalanan, dan jamaah. Dengan demikian, kolaborasi antar-pemangku kepentingan menjadi kunci pengelolaan industri umroh yang berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ali, H. (2023). Digital Transformation in Religious Tourism. International Tourism Journal.
2. Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications.
3. Fahmi, T. (2023). Consumer Behavior in Islamic Travel. Islamic Economics Review.
4. Gunawan, R. (2024). Challenges in Digital-Based Umrah Services. Journal of Halal Tourism.
5. Hakim, R. (2023). Legal Framework of Umrah Regulations in Indonesia. Journal of Islamic Law and Society.
6. Hidayat, M. (2023). Islamic Financial Instruments in Umrah Services. Sharia Economic Journal.
7. Karim, A. (2022). Legal Perspectives on Independent Umrah. Journal of Islamic Law.
8. Kementerian Agama RI. (2023). Laporan Statistik Umrah Indonesia. Jakarta: Kemenag RI.
9. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Dampak Digitalisasi terhadap Industri Pariwisata Religi. Jakarta: Kemenparekraf RI.
10. Latif, B. (2023). The Role of Online Platforms in Religious Travel. Digital Business Journal.
11. Malik, S. (2023). Safety Measures in Independent Umrah. Journal of Travel and Risk Management.
12. Nasir, J. (2024). Financial Planning for Self-Organized Umrah. Journal of Islamic Finance.
13. Othman, L. (2023). The Effect of Umrah Travel Regulations on Consumer Choice. Journal of Regulatory Studies.
14. Pitaya, P., Makhasi, G. Y. M., & Hanafiah, M. H. (2021). Not Only About Price but Also Lifestyle: Recent Phenomena of Backpacker Umrah In Indonesia. Economica: Jurnal Ekonomi Islam, 12(1), 75–96. https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.7038
15. Putra, K. (2024). Mobile Applications in Religious Tourism. International Journal of Tourism Science.
16. Rahman, M., & Aziz, N. (2021). The Impact of Digitalization on Independent Umrah Travel. Journal of Islamic Tourism Studies.
17. Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
18. Undang-Undang No. 8 Tahun 2019. (2019). Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. Pemerintah Indonesia.
19. Wahyudi, R. (2023). Marketing Strategies for Umrah Travel Agencies. Islamic Business Review.
20. Yusuf, A. (2022). The Rise of Independent Umrah: A Digital Perspective. International Journal of Tourism Research.
21. Zulkifli, M., & Ahmad, S. (2024). The Future of Umrah Travel Agencies in the Era of Digital Disruption. Asian Journal of Business and Tourism.