

# HAJI DAN UMRAH SEBAGAI GAYA HIDUP: PERTUMBUHAN BISNIS PERJALANAN SUCI DI KOTA MAKASSAR

## HAJJ AND UMRAH AS LIFESTYLE : THE GROWTH OF HOLY TRIP BUSINESS IN MAKASSAR CITY

**Hartini Tahir**

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar  
Jl. HM.Yasin Limpo No.36 Romangpolong-Kabupaten Gowa  
Email: lari\_larija@yahoo.co.id

Naskah diterima tanggal 31 Agustus 2016. Naskah direvisi tanggal 19 September 2016. Naskah disetujui tanggal 3 November 2016.

### Abstrak

Tulisan ini ingin melihat bagaimana praktik berangkat haji dan umrah tumbuh dan berkembang di Masyarakat Makassar. Penelusuran diawali dengan terlebih dahulu melakukan pendataan beberapa perusahaan-perusahaan travel yang menyediakan jasa layanan pemberangkat haji dan umrah. Selanjutnya dilakukan penelusuran lebih lanjut tentang signifikansi meningkatnya jumlah jamaah yang berangkat haji dan umrah di Makassar yang terus menerus terjadi dari tahun ke tahun. Tulisan ini lebih jauh ingin menggambarkan apa yang mendorong praktik sosial semacam ini dan dalam kondisi spesifik semacam apa praktik ini tercipta. Dengan mendasarkan pada penelitian lapangan sepanjang paruh pertama tahun 2016 di Makassar, melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara mendalam dan pengumpulan dokumentasi pendukung. Tulisan ini menemukan bahwa praktik haji dan umrah terus tumbuh dan menjadi praktik yang meluas di masyarakat setidaknya sepuluh tahun terakhir ini. Kondisi pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan peningkatan apresiasi terhadap gaya hidup religius telah menjadi konteks yang mengkondisikan praktik ini lahir dan berkembang di Makassar.

**Kata kunci:** bisnis perjalanan, pertumbuhan ekonomi, kelas menengah, gaya hidup.

### Abstract

*This paper would like to see how the practice of hajj and umrah grow and develop in society Makassar. In addition to travel companies that provide services departure of hajj/umrah, this paper also see an increasing number of pilgrims for the hajj and umrah in Makassar continues to occur from year to year. This paper further want to describe what drives this kind of social practices and in specific situations, what kind of practice was created. Basing on the research field during the first half 2016 in Makassar, by observation, interview and collection of supporting documentation, this paper found that the practice of hajj/umrah continue to grow and become a widespread practice in the community at least the last ten years. Conditions of high economic growth and increased appreciation of the style of religious life has been a context that conditioned this practice was born and developed in Makassar.*

**Keywords:** travel business, economical growth, middle class, lifestyle.

### PENDAHULUAN

Terdapat gejala sosial-keagamaan di Indonesia yang sedang marak terjadi beberapa tahun terakhir ini. Gejala tersebut adalah semakin banyaknya perusahaan dan asosiasi travel yang menyelenggarakan jasa perjalanan umrah dan juga semakin banyaknya masyarakat yang pergi menjalankan sebuah perjalanan haji atau umrah menggunakan jasa travel tersebut. Minat masyarakat, terutama kelas menengah muslim,

terus tumbuh. Usaha perjalanan ini melekat label-label semacam *bersama kami, ibadah anda menjadi menyenangkan, kami membantu perjalanan ibadah dan wisata anda, perjalanan ibadah anda menjadi lebih bernilai*; atau produk perjalanan bernama *umrah plus Turki, umrah plus Mesir* atau *umrah dan penelusuran sejarah kejayaan Islam*, dan seterusnya. Daftar produk dan tema yang ditawarkan masih bisa ditambahkan lebih panjang.

Namun yang ingin ditunjukkan pada label-label iklan dan produk tersebut mengaitkan antara

perjalanan ibadah (suci) dan perjalanan wisata yang sifatnya profan. Karena itu, dalam studi ini banyak digunakan istilah perjalanan suci dan bisnis perjalanan suci. Sebab untuk istilah pertama, terdapat kesan yang kuat mengenai jenis layanan yang amat terkait dengan unsur *the holy*. Berkaitan dengan ritus tertentu dalam agama. Karena itu disebut suci. Sementara untuk istilah kedua, lebih sering digunakan bersamaan antara bisnis dan perjalanan suci. Penyebutan bisnis perjalanan suci sendiri digunakan untuk menunjukkan paradoks dalam terminologi ini. Mecampurkan sesuatu yang suci dan profan sekaligus. Sesuatu yang tidak begitu familiar dalam tradisi penyebutan istilah di Indonesia, sebab bagaimanapun, di masyarakat Indonesia yang religius dan banyak mendasarkan kehidupan kesehariannya dengan aspek-aspek keagamaan, meletakkan *bisnis* yang sifatnya duniawi dengan suatu perjalanan suci yang sifatnya sakral bukan sesuatu yang tidak beresiko.

Dalam sepuluh tahun terakhir saja ada sejumlah asosiasi perjalanan umrah dan wisata yang berdiri. Bisa disebut di antaranya adalah Asphurindo (Asosiasi penyelenggara haji umrah dan *in-bound* Indonesia), Himpuh (Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus), Amphuri (Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia) Asita (*Assosiation of Indonesian Tour and Travel Agencies*). Asosiasi terbanyak anggotanya adalah Himpuh yang tahun ini memiliki 361 travel agen. Berdasarkan laporan resmi Himpuh, pertumbuhan anggota asosiasinya sejak lima tahun terakhir terus terjadi. Pada 2010 jumlah travel agen anggota himpuh berjumlah 216, angka ini bertambah di tahun berikutnya menjadi 233, pada 2012 angka ini terus naik menjadi 252, dan pada tahun 2013 menjadi 341 serta tahun 2014 naik terus menjadi 261 (<http://www.himpuh.org/page/tentang-himpuh> diunduh 12/1/2015).

Pertumbuhan ini juga jelas terlihat di Makassar. Makassar salah satu kota dengan pertumbuhan sektor usaha wisata perjalanan suci yang cukup tinggi. Bahkan memiliki masyarakat dengan minat melakukan perjalanan suci yang tertinggi. Antrian calon jemaah haji embarkasi Makassar misalnya, sudah mencapai 30 tahun. Kota kabupaten di sekitar Makassar bahkan ada yang sampai 41 tahun (Sidrap), 39 tahun (Wajo dan Bantaeng) serta 37 tahun (Pinrang). Bahkan perjalanan umrah secara nasional, didominasi oleh perjalanan wisata dari Makassar yakni sekitar 60 persen dari total perjalanan umrah nasional. Hal inilah yang menjadi

salah satu pertimbangan pameran internasional Haji dan Umrah diselenggarakan di kota Makassar pada 6-7 Desember 2014 (Republika Online, 7 Desember 2014). Nampaknya, pertumbuhan praktik perjalanan suci ini menarik ditelisik lebih jauh. Terutama pada persoalan apa yang mengkondisikan dan membangun kemungkinan-kemungkinan praktik sosial semacam ini terbentuk.

### Tinjauan Pustaka

Kepustakaan mengenai perjalanan suci dalam bentuk ibadah haji maupun umrah telah diulas oleh beberapa penulis dan peneliti. Baik yang mengulas aspek sosial dari perjalanan dan setelah pulang berhaji dan kembali ke masyarakat, aspek sejarah perjalanan haji di Indonesia sejak masa kolonial hingga saat ini maupun ritus-ritus penting dalam masyarakat untuk menyambut penyelenggaraan dan keberangkatan haji. Tesis Asma Luthfi (2004) *Aji Modern: Studi Tentang Haji dan Perubahan Sosial Budaya dalam Masyarakat Bugis* adalah salah satu penelitian mengenai perjalanan haji dan proses-proses perubahan mengenai makna haji di Masyarakat Bugis kontemporer. Penelitian yang dilakukan di Kabupaten Barru ini menjelaskan mengenai perubahan makna haji di Masyarakat bugis dari perjalanan suci yang sakral menjadi sebuah perburuan status sosial. Ada juga skripsi Herawati (2006) *Pengaruh Tingkat Ekonomi Masyarakat Terhadap Animo Penunaian Ibadah Haji (studi Kasus Kecamatan Tratea kabupaten Jeneponto Tahun 2000-2005)* Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar. Skripsi ini menunjukkan adanya pengaruh tingkat pendapatan terhadap pelaksanaan perjalanan haji di Masyarakat Jeneponto.

Tulisan Saleh Putuhena (2007) *Historiografi Haji Indonesia* lebih menguraikan tentang aspek kesejarahan ibadah haji dan dinamika yang berkembang serta aspek-aspek yang ikut terpengaruh dalam pelaksanaan ibadah haji di Indonesia, seperti aspek politik, ekonomi, pendidikan dan sosial. Ada juga penelitian Martin van Bruinessen (1997) berjudul *Mencari Ilmu dan Pahala di Tanah Suci Orang Nusantara Naik Haji* yang melihat adanya orientasi untuk mencari ilmu dan pahala di Tanah Suci bagi orang Nusantara yang naik haji.

Dalam konteks aktifitas penyelenggaraan haji dan persoalan ritual sosial dalam penjemputan, pengantaran dan perayaan bagi masyarakat yang berangkat haji diulas oleh Yayan Suryana dalam *Tradisi Pamitan Haji pada Masyarakat*

Muslim Purwomartani Kalasan Yogyakarta: *Kontestasi Agama dan Budaya* (2013). Tulisan ini menggambarkan bagaimana berangkat haji menjadi sesuatu yang selain sakral sebab berkaitan dengan sebuah perjalanan ibadah yang jauh dan lama, juga berkaitan dengan aspek-aspek lokal penghargaan masyarakat terhadap aktifitas pergi haji.

Dalam konteks globalisasi, tulisan yang mencoba mengaitkan agama dan haji dengan problem-problem sosial-ekonomi akibat globalisasi dapat ditemukan dalam tesis Luthfi (Luthfi, 2004) yang melihat adanya pergeseran-pergeseran dalam Islam akibat proses globalisasi dan segmentasi pasar yang tengah berlangsung. Menurutnya, pengaruh perubahan reorganisasi kehidupan terhadap kehidupan keagamaan dipengaruhi oleh adanya proses materialisasi kehidupan yang mentransformasikan berbagai hal menjadi komoditi sehingga terjadi proses komoditisasi secara meluas, tekanan sosial yang diakibatkan oleh etos kerja kapitalistik yang menyebabkan hidup menjadi proses pencarian nilai tambah secara material, dan proses mobilitas yang mempengaruhi berbagai bentuk reorganisasi sosial, ekonomi dan politik. Oleh karena itulah, dalam masyarakat yang berorientasi pada pasar, cara pandang terhadap dunia dan agama mengalami pergeseran. Agama tidak lagi menjadi sumber nilai dalam pembentukan gaya hidup tetapi lebih sebagai instrument bagi gaya hidup itu sendiri. Akibatnya, naik haji tidak lagi merupakan perjalanan spiritual (sakral) semata, tetapi telah pula menjadi "produk" yang dikonsumsi dalam rangka "identifikasi diri".

Seturut dengan keterangan di atas, artikel *Haji dan Umrah di Tengah Pertumbuhan Economic Of Leisure* juga diulas oleh Ridha (2014) pada jurnal Al-Adyan (vol. 1. No.1 tahun 2014). Tulisan ini menunjukkan bahwa aktifitas berhaji dan umrah saat ini tak hanya didorong oleh tendensi perjalanan suci semata, namun sudah berubah menjadi komoditas yang diperdagangkan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan pengelola travel haji dan umrah terkait perkembangan dan pertumbuhan perjalanan wisata dunia.

Pertumbuhan "*Economic Of Leisure*" Kajian ini sebenarnya berpandangan bahwa haji dan umrah, bukan hanya sebagai ibadah yang diserukan oleh agama Islam, tetapi lebih pada meletakkan praktik haji dan umrah dalam konteks pertumbuhan kapitalisme konsumsi yang juga di antaranya ditandai oleh tumbuhnya apa yang disebut David Chaney (2007) sebagai *economic of leisure* (ekonomi

waktu senggang) dan makin merebaknya aktifitas waktu senggang sehingga membentuk sebuah 'kelas waktu senggang' massal.

Siapakah mereka kelas waktu senggang itu? Adalah sosiolog Amerika Serikat, Torstein Veblen, yang menemukan kelas dalam masyarakat Amerika yang diberi nama "kelas waktu senggang" dengan satu ciri mendasar; kelas yang ditandai dengan konsumsi yang berlebihan (tt). Martin J Lee dalam bukunya *Budaya Konsumen Terlahir Kembali* (2006) mengemukakan, satu kelas masyarakat baru yang lahir dari proses kerja: masyarakat "pelahap waktu senggang" (*leisure society*). Masyarakat dengan *means of consumption* (sarana konsumsi) baru (Baudrillard, 2004).

Konsep-konsep di atas menunjukkan perilaku kelas menengah yang konsumer dan pamer. Seperti kelas senggang yang ditunjukkan oleh Veblen (t.th), kelas senggang di Makassar yang gemar mengkonsumsi di mal seperti yang ditemukan Ridha (2011) di Makassar dan kelas menengah muslim yang boros dan sangat perhatian pada Fesyen seperti yang ditunjukkan Hairussalim (2008) atau juga yang ditunjukkan oleh Robert W Hefner dalam penjelasannya mengenai perubahan gaya hidup masyarakat desa di pedesaan menuju masyarakat konsumsi (1999). Konsep-konsep inilah yang digunakan untuk mencoba memahami dan menjelaskan arti praktik perjalanan suci (haji dan umrah) di masyarakat Makassar kontemporer yang sedang tumbuh.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Makassar dengan metode observasi atau pengamatan langsung, wawancara mendalam kepada pihak travel sebagai agen penyelenggara layanan perjalanan, Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dan juga jamaah yang telah merasakan berangkat haji/umrah. Penelusuran ini juga ditambah dengan studi dokumen yang dilakukan terhadap sejumlah terbitan berupa koran, majalah, media online yang menyiarkan berita dan teks-teks yang terkait dengan studi ini.

## PEMBAHASAN

### Kota dengan Pertumbuhan Ekonomi yang Menakjubkan: Sekilas Sejarah Kota

Kota Makassar terbentuk paling tidak sejak abad ke 16-17 M bersamaan dengan hubungan niaga yang kian intensif dilakukan penduduk dan para saudagar Makassar dengan dunia luar. Hubungan ini kemudian membentuk satu pola konsentrasi

penduduk di antara muara sungai Je'ne Berang dan sungai Tallo. Konsentrasi ini lebih terlihat ketika Rotterdam dibangun oleh kolonial. Sebagaimana dicatat Diaz Pradadimara: kota Makassar tumbuh dari kota kolonial yang terbentuk di sekitar benteng rotterdam mulai abad ke-17. Pemukiman-pemukiman baru seperti vlaardingen dan kampung Baru di sebelah utara dan selatan benteng rotterdam dan dihuni oleh masyarakat dari berbagai kelompok etnis termasuk Melayu, Cina, Belanda, Bugis, Jawa dan tentu saja kelompok masyarakat Makassar dari Gowa dan sekitarnya (2005:255).

Dari berbagai catatan, kota ini dianggap kota yang cukup terbuka dan mudah menerima perubahan-perubahan yang datang dari luar. Kota ini dibangun juga dipengaruhi oleh keberadaan komunitas-komunitas asing di kota ini. Menurut catatan Anthony Reid, paling tidak pengaruh Portugis dan Melayu ikut membentuk perkembangan kota Makassar awal (2004:33). Islam salah satu etos terbesar yang ikut membentuk dan menentukan irama kota ini. Menurut catatan seorang Belanda yang mengunjungi Makassar pada tahun 1607, beberapa tahun setelah raja memeluk Islam, terlihat etos perubahan menuju penerapan kehidupan dan hukum islam mulai terlihat dalam kebijakan dan dalam kehidupan masyarakatnya. Begini catatnya: "Aneka macam buah-buahan India berlimpah ruah, demikian pula kambing, kerbau dan babi, meski yang terakhir ini sekarang makin sulit diperoleh karena raja telah menerima hukum Muhammad empat tahun lalu..."

Perubahan cepat dalam penerapan etos Islam ini juga makin tampak ketika tahun 1647, empat puluh tahun setelah catatan Belanda di atas, seorang pengunjung lain datang ke Makassar dan mencatat bahwa "di sana... tidak ada lagi babi karena pribumi yang telah masuk Islam telah menyapu bersih seluruh babi dari negeri ini" (Reid: 2004:34). Kota ini mencapai kemajuan yang amat pesat terutama di bawah pengaruh Islam. Ketika berturut-turut raja luwu, dan kemudian raja Gowa masuk Islam, maka seluruh perang yang dilakukan setelahnya terutama didorong oleh keinginan menyebarkan ajaran Islam. Kekuatan besar kerajaan Gowa, terutama di bawah kesultanan Islam, mencapai puncaknya. Di sekitar pertengahan abad ke-17, bersamaan dengan lahirnya intelektual terkemuka seperti Matoayya dan anaknya Karaeng Patingaloang dan kemudian dilanjutkan oleh raja-raja setelahnya telah menopang kekuasaan dan kekuatan kerajaan Gowa.

Kebesaran ini digambarkan dengan menarik oleh Andaya dalam bukunya: "tak ada satu pun kerajaan yang percaya ada kekuatan yang berani melawan Makassar" (2004:10).

Kekuasaan dan kebesaran yang sering terikat oleh etos islam tersebutlah yang membentuk etos dan sendi-sendi kehidupan masyarakat Makassar. Hal ini terlihat dari istilah dan perangkat-perangkat kerajaan yang mengikuti cara-cara Islam. Kerajaan menjadikan rajanya sebagai Sultan seperti dalam tradisi Islam, menjadikan hukum syara' sebagai dasar dari hukum adat, mengubah tradisi perkawinan menjadi tradisi perkawinan islam dan sejumlah upacara yang menggunakan tradisi upacara dalam islam..

Penduduk kotanya sejak dulu adalah penduduk dengan komposisi yang cukup beragam. Di tahun 1930 di kota ini terdapat hampir 3.500 penduduk 'eropa', lebih dari 15.000 cina dan lebih 65.000 bumiputera dari berbagai daerah di Hindia" (Diaz: 2005:256). Pada era ini kota Makassar sudah menjadi kota yang maju dalam perniagaan. Berbagai negara ikut meramaikan warna bisnis dan niaga kota ini. Di *Pasarstrat* ada tiga toko pakaian "*hotchandKemchand*", "*Bombay Moerah*" dan "*Liberty*". Ketiganya dimiliki oleh pedagang asing. Di *templestreet* sebuah gedung indah toko pakaian dengan nama perancis "*Au Bon Marche*". Ada juga *Maison "Femina"*. Di Goaweg ada toko susu *Borderij "Frisia"*. Bila ingin bersantai dan menghabiskan waktu luang ada *societeit de harmonie*. Kota yang cukup maju? Di satu buku petunjuk untuk turis pada tahun 1938 Makassar sudah disebutkan sebagai "kota yang paling diterangi di Hindia Belanda" (Ridha, 2011: 33).

Perkembangan kota Makassar kontemporer terlihat lebih maju secara ekonomis meski etos islamnya masih cukup menonjol. Etos tersebut terlihat terutama pada jumlah bangunan masjid yang jumlahnya 1000-an lebih dan lama daftar tunggu berangkat haji tak kurang dari 30 tahun.

Secara administratif kota Makassar adalah satu dari 23 kabupaten/kota yang ada di Sulawesi Selatan dan merupakan ibukota provinsi. Kota makassar berada pada koordinat 119 derajat bujur timur dan 5,8 derajat lintang selatan. Kota ini adalah kota yang diapit oleh dua sungai besar, sungai Tallo di utara dan Sungai Je'ne berang di selatan. Luas wilayah kota Makassar adalah 175,77 Km<sup>2</sup> daratan dan luas perairan 100km<sup>2</sup>.

## **Pertumbuhan Ekonomi Kota Makassar**

Menurut sejumlah media dan sumber-sumber terpercaya seperti Badan Pusat Statistik provinsi Sulawesi Selatan telah merilis data yang anomali: ketika perekonomian dunia sedang lesu bahkan dirundung krisis di tahun 2008 kota ini tumbuh dengan sangat pesat. Sebagaimana dicatat oleh badan pusat statistik Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2009 perekonomian kota ini tumbuh 9,20 %. Angka optimis ini juga masih terus dicatat pada tahun 2013 dengan angka pertumbuhan ekonomi 9,88 % dan tahun 2015 dengan 9,6%. Angka ini baru turun di semester pertama tahun 2016 yakni 7,4 %. Ini pun masih sangat tinggi jika diukur dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya 4-5 % di tahun 2016.

Pertumbuhan ekonomi di tahun 2011 malah menembus dua digit yakni 10,36%. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi ini, di tahun 2014 malah melampaui pertumbuhan ekonomi republik rakyat cina yang tumbuh dengan menakutkan. Pertumbuhan ekonomi ini didorong, salah satunya oleh peningkatan pendapatan perkapita penduduk kota dan investasi yang terus mengalir masuk ke kota. Pendapatan perkapita di tahun 2009 adalah Rp. 24,45 Juta dan angka ini naik di tahun 2013 menjadi Rp. 42,64 Juta. Investasi Penanaman Modal dalam Negeri (PMDN) meningkat dari Rp. 195,45 Milyar di tahun 2009 menjadi Rp. 2,15 Trilyun 2013. Sementara penanaman modal asing (PMA) dari 13,87 Juta Dollar AS menjadi 40,76 juta dollar AS.

Pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan jumlah pendapatan perkapita dan laju investasi juga seiring dengan peningkatan dari sisi pengelolaan perbankan. Berdasarkan data Bank Indonesia pada 2009 pinjaman dibukukan sebesar 19,69 T dan meningkat di tahun 2013 menjadi 43,28 T. ([www.antarasulsel.com/berita/53330/pertumbuhan-ekonomi-makassar-di-atas-semilan-persen](http://www.antarasulsel.com/berita/53330/pertumbuhan-ekonomi-makassar-di-atas-semilan-persen), diunduh pada 20/7/ 2016) meningkat lebih dua kali lipat.

Makassar menjadi kutub pertumbuhan ekonomi di Sulawesi Selatan dan pintu gerbang pembangunan indonesia bagian timur. Kota makassar berkontribusi rata-rata sekitar 33% pertahun terhadap pertumbuhan ekonomi provinsi Sulawesi Selatan sejak tahun 2010 hingga 2015.

Pertumbuhan ekonomi kota Makassar juga dilihat dengan pembangunan kota yang pesat dan pertumbuhan pusat-pusat belanja yang makin besar. Pada tahun 2009 mal di Makassar berjumlah 11. Sedangkan di tahun 2016 ini jumlahnya mencapai

17 mall. Kondisi ini menunjukkan tingkan kemampuan belanja (kemampuan konsumsi) masyarakat Makassar cukup tinggi.

Menurut publikasi statistik jumlah penduduk kota Makassar tahun 2014 berjumlah 1.429,200 jiwa. Naik dari tahun 2013 dengan jumlah 1.408,100 jiwa dan tahun 2012 dengan jumlah 1.387.000 jiwa serta tahun 2011 dengan jumlah 1.365.000 jiwa. Jumlah ini terus bertambah. Menurut pengakuan walikota Makassar tahun 2016 jumlah penduduk Makassar sudah mencapai 1,7 juta jiwa (Lihat [www.antarasulsel.com/berita/57957/jumlah-penduduk-makassar-tumbuh-1,7-juta](http://www.antarasulsel.com/berita/57957/jumlah-penduduk-makassar-tumbuh-1,7-juta), diunduh 20/7/2016)).

## ***Pertumbuhan Bisnis Perjalanan Suci:Travel Haji dan Umrah di Makassar***

Pertumbuhan usaha travel yang menyediakan layanan pemberangkatan haji dan umrah di kota Makassar bertumbuh cukup cepat terutama dalam tahun-tahun terakhir. Slamet Mustafa mengakui “iya. Ini gejala sekitar empat tahun terakhir. Makin banyak perusahaan travel (haji dan umrah) yang berdiri di Makassar”. Slamet Mustafa adalah seorang pegawai negeri di Kantor Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan pada divisi yang membidangi Haji dan Umrah. Pandangannya mengenai pertumbuhan cepat bisnis haji dan umrah dengan indikator semakin banyaknya perusahaan travel berdiri sebenarnya bukan hanya dirasakan olehnya. Zainuddin, seorang pengelola Kelompok Bimbingan Haji (KBIH) yang sekarang berubah menjadi perusahaan travel haji dan umrah di Makassar juga mengakui hal tersebut. “Makin banyak 5 tahun terakhir” katanya menanggapi pertanyaan mengenai sejak kapan gejala meningkatnya bisnis travel haji dan umrah terjadi.

Jika melihat iklan-iklan perusahaan haji dan umrah yang muncul secara berkala di stasiun televisi nasional hampir semua –sejauh yang peneliti pernah saksikan- telah memiliki kantor perwakilan bahkan kantor pusat di kota Makassar. Untuk hal ini bisa disebutkan beberapa di antaranya adalah First Travel, Global travel, Patuna, Al Buruj, ataupun Abu Tour. Kota ini bahkan telah menggelar paling sedikit 3 kali pameran besar travel haji dan umrah dalam rentang tiga tahun terakhir. Bulan Juli tahun 2016 tanggal 29-31 ini ada pameran besar lagi yang diadakan ASITA(Asosiasi Travel Indonesia). Sejauh pantauan peneliti, bulan juli tahun 2014 dan desember tahun 2014 juga diadakan acara yang sama oleh Amphuri (Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah) dan Kesturi (Kesatuan Usaha

Travel Haji dan Umrah Indonesia). Nampak seperti musim semi bisnis perjalanan suci. Tulisan-tulisan berikutnya akan memberikan gambaran bagaimana bisnis perjalanan suci ini tumbuh dengan cukup cepat tahun-tahun terakhir.

### ***Mereguk Untung dengan layanan Perjalanan Suci***

Bisnis perjalanan suci ini amat menguntungkan. Baik secara materiil maupun moril. Secara materiil jelas perusahaan ini, mereguk untung cukup besar terutama tahun-tahun terakhir ini. Sedangkan secara moril, mengelola bisnis perjalanan suci ini cukup menyenangkan dan membuat pengelolanya sendiri mengalami kesadaran religius disebabkan aktifitasnya melayani, mengantar dan mengurus jemaah haji/umrah baik di tanah air maupun setelah tiba di tanah suci. Seorang pengelola Travel menjelaskan mengenai keuntungan non materiil yang dia dapatkan dari aktifitas ini “saya merasa hidup lebih sejuk. Selain membantu orang menjalankan ibadah, saya juga ikut beribadah dan sekaligus bekerja untuk kebutuhan duniawi saya” jelas pak Udin pengelola Zam-zam travel.

Keuntungan materiil sebenarnya telah sempat disinggung oleh pakar ekonomi Islam, Syafi’i Antonio, bahwa potensi bisnis ini amatlah besar. Aktifitas haji saja dalam perhitungan Syafi’i Antonio dapat menggerakkan sejumlah industri. “Industri tersebut antara lain 1. Tours and Travel dengan berbagai jenis paket dan program, 2. Garmen dan tekstil untuk kain ihram, jilbab, serban, tas, koper dan sajadah, 3. Transportasi baik udara, laut dan darat yang melibatkan ribuan pesawat, ratusan kapal laut, dan ratusan ribu kendaraan roda empat; 4. Food and beverages baik yang menyangkut beras, gandum, minuman bersoda non alkohol, ice cream, maupun puluhan ragam buah-buahan; 5. Telekomunikasi baik lokal, internasional, *direct-line hand phone, fiber optic*, maupun *satellite based*; 6. Perhotelan dengan berbagai jenis bintang dan network internasionalnya; 7. Perbankan untuk penerimaan setoran ONH, kartu kredit, *travel check*, keamanan perjalanan, kendaraan, gedung, hotel dan jiwa jemaah; 9. Jasa kurir dan cargo untuk pengangkutan kelebihan barang serta oleh-oleh; 10. Perlengkapan kemah dan tenda untuk jutaan jemaah di Arafah dan mina; 11. Teknologi informasi untuk mendukung sistem seperti siskohat dan data based informasi di setiap makhtab muassasah penyelenggara haji di arab saudi dan mitranya di tanah air; dan 12. Ratusan ribu jika bukan jutaan jenis barang-barang mercendise dan elektronik

yang menjadi oleh-oleh jemaah untuk handai tolan dan keluarganya di tanah air” (Syafi’i Antonio: 2012: 273-274) Karena besarnya potensi ekonomi dari aktifitas haji inilah, Syafi’i sendiri memberi judul tulisannya *Economy Of Hajj: The Neglected Fortune*. Dia ingin menjelaskan kalau haji selain ibadah, juga punya peluang materiil berupa industri dan bisnis di baliknya.

Tulisan Syafi’i di atas apakah mencakup juga penjelasan mengenai aktifitas umrah yang bisa dilakukan sepanjang tahun kecuali 10 dzulhijjah dan hari tasrik 11,12 dan 13 dzulhijjah? Secara tekstual mungkin tidak menyebutkan. Tetapi secara maksud, jelas tulisan tersebut juga dapat digunakan untuk maksud yang sama di balik aktifitas perjalanan umrah. Ada belasan industri ikut terputar di belakang bisnis tersebut. Tentu juga bisnis pemberangkatan umrah itu sendiri. Penjelasan lanjutan dari Syafi’i juga menarik dikemukakan disini. Bagaimana dia menghitung uang yang terputar dan potensi finansial di balik aktifitas haji tersebut. Berikut pernyataannya:

*“Bila kita mencermati setiap tahunnya, terdapat sekitar 3-5 juta muslim melakukan haji dari seluruh penjuru dunia. Betapa besarnya angka transaksi ekonomi yang terjadi. Untuk indonesia saja, misalnya, kuota haji adalah 211 ribu dengan 17 ribu di antaranya haji plus. Jika ongkos naik haji (ONH) reguler adalah \$3.342 atau jika dikurskan menjadi Rp. 34-37 juta dan ONH Plus \$6.500 maka kita akan mendapatkan angka Rp. 8,171 Trilyun. Angka ini akan membengkak hingga Rp. 9,12 trilyun bila setiap jemaah membawa bekal minimal \$500, (walaupun banyak di antara jemaah yang membawa bekal belasan ribu dollar alias ratusan juta rupiah). Dari kalkulasi sederhana ini, kita mendapatkan bahwa kira-kira setiap jemaah mengeluarkan biaya sekitar Rp. 37 juta. Bila angka ini dikalikan 5 juta orang jemaah pertahun, kita akan mendapatkan angka sekitar Rp. 185 trilyun pertahun” (Syafi’i Antonio, 2012: 274-275)*

Bagaimana dengan bisnis umrah? angka berikut ini mungkin akan membantu kita menjelaskan berapa uang terputar dalam bisnis semacam ini. Dalam catatan harian info Alharam disebutkan bahwa tahun 2015 jemaah Indonesia yang berkunjung ke tanah suci berjumlah 600.000 orang. Jemaah umrah terbanyak yang mengunjungi Mekah dan Madinah di tahun 2015 adalah jemaah

Mesir, kemudian Pakistan dan ketiga Indonesia dengan jumlah sekitar 600.000 jemaah.

Melihat penjelasan Syafi'i untuk contoh di atas, semakin terlihat jika haji dan umrah ini dikelola dalam konteks memanfaatkan *economy of leisure*, ekonomi waktu senggang seperti disinggung di awal tulisan yang dipinjam konsepnya dari David Chaney (2007). Bagaimana menerapkan aritmatika *economy of hajj* Syafi'i di atas menjadi *economy of umrah*? Saya kira tidak terlalu sulit. Hitung setiap orang membayar ongkos berangkat umrah sebesar Rp. 20 juta. Angka ini diambil dari angka tengah antara harga travel yang murah dengan harga produk perjalanan umrah yang mahal. Maka kalikan saja 20 juta dikali 600 ribu. Maka akan didapat angka 12 Trilyun. Angka yang cukup besar. Andaikan saja tiap jemaah berangkat dengan bekal jajan Rp. 2 juta saja maka angka ini akan membengkak menjadi kurang lebih Rp. 13 trilyun. Ini angka untuk jemaah Indonesia saja. Bayangkan jika jemaah yang lain dari seluruh dunia juga dihitung. "Untuk tahun 2016 pemerintah Arab Saudi telah menargetkan 6 juta pengunjung yang akan datang melaksanakan umrah di Mekah dan Madinah. (4 Desember 2015). Bahkan menurut Menteri Haji Arab Saudi, Bandar Hajjar lima tahun ke depan akan ada 30 juta jemaah umrah mengunjungi Mekah dan Arab Saudi. Meski belum jelas atas pertimbangan semacam apa jumlah tersebut disebutkan, untuk menyambut itu, kementerian haji Arab Saudi telah berkoordinasi dengan travel swasta yang bekerja untuk itu, pembukaan bandara baru King Abdul Aziz, perluasan Masjid Nabawi bahkan sektor umrah telah memberi PDB yang amat besar bagi kerajaan Arab Saudi (Harian InfoalHaram 6 Januari 2016).

Kepada siapa uang yang amat besar itu pergi? Tentu bisa disebutkan disini adalah perusahaan-perusahaan travel pemberangkatan haji dan umrah mendapatkan keuntungan. Layanan transportasi udara dari maskapai. Jasa hotel di sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabawi di Madinah. Dan lain sebagainya. Syafi'i mencatat bagaimana bisnis haji yang jumlah uangnya amat besar tersebut didistribusi kemana saja. "20-30% untuk transportasi udara dan sekitar 5-7 persen untuk transportasi darat. Maskapai apa yang diuntungkan? Etihad, Emirates, Garuda, Lion Air, Air Asia, dan lain-lain. Untuk penginapan mereka yang diuntungkan adalah pemilik-pemilik hotel di sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabawi. Disini ada groupgroup besar bisnis perhotelan seperti Hotel Hilton dan Intercontinental (*dar at-Tawhid intercontinental*), Sofitel, Network Accor

dan Mercure Hotel, Hyatt Hotel, Seraton Hotel, dan lain-lain." Sebagian besar perusahaan-perusahaan yang meguk untung dari perputaran *economy of hajj and umrah* adalah group-group internasional. Perusahaan nasional Indonesia mungkin sebagian kecil seperti Garuda atau Lion Air dan usaha travel haji dan umrah yang memberangkatkan jemaah tersebut.

### **Meningkatnya Jumlah Travel Agen Haji dan Umrah**

Menurut sebuah perhitungan yang dilakukan oleh redaksi koran *InfoalHaram*, ditunjukkan data yang memperlihatkan jumlah jemaah yang mengunjungi tanah suci untuk melaksanakan umrah tercatat terus menanjak dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010 jumlahnya hanya 250 ribu jemaah. Jumlah ini naik di tahun-tahun berikutnya. Tahun 2011 misalnya menjadi 290 ribu orang jemaah, 2012 naik menjadi 500 ribu jemaah, 2013 naik lagi menjadi 570 ribu jemaah dan terakhir tahun 2014 menjadi 600 ribu jemaah.

Di tahun 2015, ketika travel remi yang terdaftar di Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan masih berjumlah 25 travel agen, menurut perhitungan koran *InfoalHaram* rata-rata travel memberangkatkan jemaah berjumlah antara 200-250 jemaah. Ini menyebabkan prediksi jumlah omzet dari perputaran aktifitas ini bisa mencapai 100 Milyar perbulan (*InfoalHaram*, 5 Januari 2016).

Bagaimana dengan data saat ini ketika jumlah travel agen sudah melonjak dua kali lipat? Dalam dokumen resmi yang diberikan oleh kantor kementerian agama provinsi Sulawesi Selatan tercatat ada 72 unit usaha Travel haji dan umrah yang terdaftar secara resmi ataupun belum resmi di kementerian agama provinsi. Dari perusahaan yang terdaftar tersebut 62 di antaranya berkantor di kota Makassar dan sepuluh di antaranya beralamat kantor di luar kota Makassar seperti di Maros, Wajo, Sidrap, Parepare, Bone, Palopo dan Kabupaten Gowa.

Jumlah travel yang makin banyak ini memperdalam data kita mengenai tingginya minat masyarakat Makassar dan sekitarnya untuk melaksanakan perjalanan haji dan umrah. Cerita berikut mungkin dapat memberi gambaran lebih spesifik bagaimana bisnis perjalanan suci amat menguntungkan dan tumbuh dengan baik di Kota Makassar. Contoh paling menarik untuk kasus ini adalah travel Abutour dan Zam-zam travel.

### ***Sukses Story: Berdirinya Abutour Sebagai Pemain Utama Bisnis Umrah Nasional***

Seiring dengan makin tingginya minat masyarakat Sulsel melaksanakan ibadah perjalanan umrah-haji, maka sejumlah besar travel haji dan umrah telah berdiri di kota Makassar dan sekitarnya. Salah satu travel yang terbesar yang berpusat di kota Makassar adalah travel Abu Tour, yakni unit usaha perjalanan wisata religi kelas ekonomi yang dimiliki oleh H. Hamzah Mamba, S.Hi, direktur PT. Amanah Bersama Ummat. Abutour telah mulai mengerjakan bisnis perjalanan umrah sendiri sejak tahun 2009. "Abu tour berdiri sejak tahun 2009", kata pak Syamsuddin (wawancara, 20/06/2016). Tetapi usaha travel yang menggarap pangsa pasar anak muda dan calon jemaah kelas ekonomi dengan harga yang relatif murah dibandingkan travel umrah lain di kota Makassar. Bahkan bisa dibilang yang termurah. Promo Abutour yang laris adalah berangkat umrah dengan 14.500.000 untuk pemberangkatan setahun setelah pelunasan. Tapi harga tersebut sudah tidak lagi dipakai sebab harga promo telah ditutup. Saat ini harga promo terendah untuk sekali berangkat seorang jamaah berkisar 17,5 Juta untuk pemberangkatan 3 Tahun kedepan.

Bisnis umrah abutour yang laris manis telah memicu lahirnya unit usaha bisnis umrah lain dengan membuka cabang dan agen di sejumlah kota. Untuk cabang abutour sendiri telah hadir di tujuh kota besar di Indonesia. Bahkan di beberapa kota yang minat umrahnya tinggi, abutour telah memiliki lebih dari satu cabang. Misalnya Jakarta, Makassar, dan Medan telah memiliki cabang lebih dari satu. Untuk menggarap pangsa pasar jamaah yang ingin berangkat umrah dengan fasilitas yang lebih baik dari kelas ekonomi abutour, PT Amanah bersama Ummat telah membuka unit usaha travel dengan garapan konsumen kelas menengah yakni Al-Haram wisata dengan harga premium, untuk tahun 2016 di harga minimum 31 juta. Dan untuk mewadahi hasrat konsumen untuk berwisata dan berumrah sekaligus mengunjungi kota besar islam lain selain Mekah dan Madinah, maka dibuatlah unit usaha baru yang hanya berpusat di jakarta, Cinema Tour yang menjual paket perjalanan umrah eksklusif dengan harga paket minimum 34 juta. Paket umrah cinema tour ini disebut paket umrah plus. Disebut demikian karena umrah yang dilakukan di Mekah dan Madinah ditambah dengan siaran ke salah satu kota bersejarah atau kota-kota di Arab seperti umrah *plus* Dubai, umrah *plus* Al-Aqsa atau umrah *plus* Turki.

Abutour, bahkan telah menjadi motor dari terciptanya abu group. Jadi usaha bisnis milik H Hamzah Mamba ini telah meluas merambah unit usaha lainnya dan telah menjadi group besar di Sulawesi Selatan dan telah menjadi pemain utama dalam bisnis travel haji dan umrah secara nasional. Kantor pusat abugroup ada di Makassar, di jalan Kakatua. Abugroup bisa dianggap sebagai sebagai group bisnis yang berangkat dari daerah kemudian menguasai pasar nasional. Terhitung sejak berdirinya abu tour, di tahun 2009, bisnis hamzah mamba ini telah memiliki sejumlah unit usaha baik di Kota Makassar sebagai kantor pusat mereka maupun di kota lain.

Sebagai misal Abu Group telah menggarap sejumlah unit usaha seperti digital printing dan offset dengan nama percetakan Alike di jalan Baji Gau Makassar; Koperasi Syariah Mandiri juga di deretan ruko yang sama di jalan haji Bau; radio Bharata yang mengudara setiap hari dan memiliki izin siar di 95.2 FM, bahkan telah menerbitkan koran yang sukses bertahan melalui tahun pertama dengan rubrikasi berita islam dan tanah suci dan ruang untuk iklan yang selalu ramai menandakan koran ini telah memiliki pelanggan iklan yang cukup untuk menopang terus berjalannya usaha surat kabar tersebut. Koran amanah ini berkantor di jalan kakatua, di lantai tiga kantor pusat Abu Group. Untuk media, Abu Group juga telah menerbitkan majalah info Al-Haram, sebuah majalah yang beredar secara nasional dengan kantor redaksi di Jakarta. Selain itu juga tabloid bulanan Islami dan alharam.com. Bahkan unit usaha itu belum cukup, sekarang ini telah dibuka juga rumah makan ala baik yang telah memiliki lebih dari dua cabang di kota Makassar, juga rumah makan bandidols.

Perkembangan bisnis yang diawali dengan makin ramainya bisnis umrah juga telah dialami oleh sejumlah perusahaan biro perjalanan lain. Meski tak sebesar dan sebesar sindikasi usaha milik Hamzah Mamba, Abu Group ini. Misalnya Zam-zam utama telah memiliki cabang travel di Kendari dan sedang dibuka juga tahun ini di Morotai dan Manokwari. Saat ini juga menjalankan bisnis penjualan oleh-oleh dari Mekah di sebuah ruko di Jalan Maccini raya, Makassar.

Ramainya minat orang berangkat di travel Abu Tour sehingga staf kantor pelayanan di Jalan Baji gau, Nini (30 Tahun, wawancara, 11/07/2016) mengakui jika pemberangkatan jemaah di Abu Tour cabang Baji Gau hampir dilakukan setiap dua hari sekali. Dan sekali pemberangkatan minimal 200 orang

jamaah. Bahkan pernah sekali pemberangkatan, seingatnya, dilakukan dengan jumlah jamaah 290 orang. Pengakuan ini dikeluarkan sebab Nini terlibat mempersiapkan Koper, Kain Ihram dan seluruh perlengkapan jamaah di kantornya. Pemberangkatan sekali minimal 200 orang jamaah umrah yang akan berangkat setiap dua hari sekali, kata Nini yang telah melewati tiga tahun sebagai staf tetap Abu Tour.

### **Pergi Ke Mekah Untuk Belajar dan Berjuang: Sejarah Praktik Haji di Indonesia**

Telah lama muncul pertanyaan mengenai bagaimana menilai aktifitas pergi berhaji atau berumrah. Apakah pergi berhaji/berumrah sekedar ibadah yang semuanya bersifat suci semata? Ataukah haji/umrah juga termasuk di dalamnya aktifitas wisata, traveling atau jalan-jalan? Atau bahkan haji/umrah adalah waktu atau tempat dimana kita bisa membeli pernak-pernik dan barang-barang konsumsi yang khas, yang lebih sulit ditemukan di tanah air? Haji atau umrah bagian dari *tourisme* dan amat terkait dengan konstruksi gaya hidup tertentu?

Mekah dan juga Madinah adalah kota suci umat muslim seluruh dunia. Karena itulah setiap muslim berimajinasi bagaimana mereka akan datang dan beribadah di tempat suci tersebut. Tidak hanya saat ini, ketika fasilitas transportasi dan akomodasi haji dan umrah telah menjadi demikian nyaman dilalui, tetapi juga dimasa lalu. Setiap orang muslim memikirkan untuk menyisihkan waktunya, setidaknya sekali seumur hidup bagi mereka yang mampu secara fisik maupun material, untuk berangkat ke tanah suci (Zakariyya Al-Kandhalawi, 1424H dan Syariaty, 1978). Selain kerinduan spiritual akan lokasi turunnya wahyu dan tempat lahirnya rasulullah, secara hukum haji memang merupakan perintah yang wajib dilaksanakan bagi setiap muslim yang mampu.

Karena itulah, pergi berhaji merupakan praktik yang kompleks bagi kalangan muslim sendiri. Setidaknya sejak awal abad ke 16 sudah banyak orang dari Nusantara yang pergi ke Mekah menunaikan ibadah haji sekaligus tinggal untuk mempelajari hal-hal dalam agama islam yang banyak diajarkan dalam sejumlah madrasah di Haramain. Menurut informasi yang diperoleh, bahwa sejak akhir abad ke 16, sudah ada orang dari nusantara menunaikan ibadah haji, sekaligus belajar tarekat (qadiriyyah), yaitu Hamzah Fansuri (w. 1630). Pada abad ke 17, tercatat nama orang indonesia seperti Abdurrauf al-Fansuri, Syech Yusuf

al-Maqqassari. Abad ke 18, dapat disebutkan nama-nama seperti Abdussamad al-Palimbani, Arsyad Al-Banjari, Abdullah bin Mahmud Imam Timurung, Bone, Sulawesi Selatan. Mereka ini adalah pengikut tarekat Sammaniyah, yaitu tarekat yang didirikan Abdul Karim Samman al Madani (w.1775) (Ahmad Rahman, 2010:21).

Di masjidil Haram, di Mekah berdiri pusat-pusat pengkajian tarekat dan ilmu-ilmu keislaman lainnya. Salah satu yang menonjol adalah madrasah Shaulatiyah. Ada banyak orang muslim indonesia yang, karena kepandaianya, juga mengajar di lembaga-lembaga belajar di masjidil haram. Di antaranya adalah nama Nawawi Al-Bantani (w.1896), kedua nama Ahmad Khatib Minangkabau (w.1915) dan yang lain adalah Mahfuzh Termas (w.1919). mereka bertiga adalah yang paling menonjol dan memiliki pengaruh besar. Sejumlah orang Indonesia lainnya juga merupakan pengajar di lembaga pendidikan di Mekah (Ahmad Rahman, 2010: 22).

Setidaknya empat abad terakhir, kecuali lebih dari setengah abad terakhir abad 20 hingga saat ini, Mekah merupakan pusat belajar kaum muslimin. Mekah, titik pusat pelaksanaan ibadah haji dan jaringan ulama, tidak ragu lagi memiliki peran penting dalam dinamika Islam dan kehidupan kaum muslimin di Indonesia. Mekah bukan hanya tempat pelaksanaan ibadah haji, tetapi sumber terpenting bagi intelektualisme Islam di Indonesia dan Nusantara secara keseluruhan. Bahkan Mekah menjadi pusat solidaritas politik umat islam di abad ke 18-19. Meski di abad berikutnya terutama beberapa dekade terakhir mulai bergeser fungsi solidaritasnya menjadi fungsi ritualitas semata. Hal ini dicatat Azzumardi Azra (2010: 362).

*"Ketika Kolonialisme Belanda semakin mencengkeramkan kekuasaannya pada abad 18-abad 19, Mekah menjadi pusat solidaritas kaum muslim, yang lebih dikenal sebagai Pan-Islamisme. Dan para haji yang kembali dari tanah suci ini, dalam semangat perlawanan kepada kolonialisme belanda, memusatkan diri dari dalam lembaga-lembaga pendidikan Islam seperti pesantren, pondok, dayah, rangkang dan lainnya. Banyak pula di antara para haji ini kemudian memimpin gerakan tarekat yang melakukan jihad melawan penjajah. Baru pada kebangkitan arab saudi sebagai negeri petro dollar sejak awal 1980-an membuat jaringan ulama dan intelektualisme Islam di Mekah merosot sangat signifikan. Pemerintah*

*arab saudi mengontrol kehidupan keagamaan dan pendidikan secara ketat; berbagai halaqah keilmuan di masjidil haram tidak lagi bebas. Visa tidak lagi diberikan kepada mereka yang mau menuntut ilmu. Visa hanya diberikan kepada mereka yang ingin melakukan ibadah haji”*

Fungsi-fungsi politik anti kolonial para haji yang datang dari tanah suci yang kemudian membuat pemerintah kolonial mulai memikirkan persoalan ini. Dalam kumpulan karangan Snouck Hurgronje VIII yang terbit jilid 14 tahun 1993 menulis sebuah artikel berjudul Politik Haji?. Artikel yang ditulis tahun 1899 ini menyoroti mengenai pengelolaan haji, bagaimana memperlakukan para haji yang tiba dari Mekah, dan soal pemberangkatannya yang dikelola oleh perusahaan swasta Belanda (Hurgronje, 1993: 99), “Ketika datang kapal uap, aktifitas haji akan menjadi lebih mudah dan menjadi lebih banyak, sehingga pergi haji rasanya seperti pergi berwisata ke tempat yang menyenangkan dalam waktu lebih lama saja”, demikian tulis Snouck dalam artikelnya lebih lanjut. Meski demikian sebagian para haji masih merupakan agen anti kolonialisme penting hingga paruh abad 20 dan tanah suci menjadi lokus transformasi nilai-nilai anti kolonial yang sering dilakukan di musim haji.

Karena itulah, MF Laffan dalam *Islamic Nationhood and Colonial Indonesia: The Umma below the Wind* (2003), menyebutkan bahwa “tidak perlu diragukan lagi ibadah haji dan jemaah haji yang kembali ke Indonesia merupakan faktor penting bagi kebangkitan Islam di kawasan ini. Banyak di antara para haji dan hajjah ini bukan hanya makin religius, tetapi bahkan kian aktif dalam berbagai lembaga islam; mereka mendirikan pesantren dan lembaga pendidikan lainnya, dan bahkan menggerakkan para pengikut tarekat untuk melakukan jihad melawan kekuasaan kolonial Belanda” (dalam Azra, 2010: 363).

Demikianlah tanah suci menjalankan perannya baik secara politik, pendidikan dan keagamaan selama beberapa abad ke belakang. Hanya beberapa dekade terakhir, terutama ketika Arab Saudi modern tahun 1980an mulai menegatkan kontrol atas masjidil haram. Sejak itu, orang-orang tidak lagi ke Mekah dengan tujuan politik islam atau tujuan pendidikan islam yang lebih luas, tetapi semata-mata ritualitas ibadah haji/umrah semata.

Bagaimana dengan peran dan fungsi haji maupun umrah dalam masyarakat kontemporer

untuk transformasi masyarakat Islam Indonesia? Atau bagaimana bentuk praktik haji atau umrah dimaknai saat ini? Penelitian ini menemukan, meski tidak cukup dalam, kenyataan bahwa semua jemaah (haji maupun umrah) yang menjadi informan penelitian ini menyatakan bahwa berangkat haji atau umrah adalah ibadah. Semua informan bahkan menjelaskan dan menyebutkan niat mereka yang dalam untuk beribadah dan mendekatkan diri kepada sang pencipta.

Meski hampir seluruh informan tidak menyangkal kalau mereka juga melalui rute-rute yang serupa dengan perjalanan wisata. Dari sisi niat pergi ke tanah suci memang semua menyebutkan keinginan untuk beribadah. Tetapi hampir semua informan menunjukkan kalau berbelanja dan aktifitas gaya hidup lain seperti jalan-jalan, berkunjung ke mal dan tempat-tempat wisata. Seperti pengakuan Hj Dahria (Wawancara, 10/7/2016) berikut: “Saya berangkat ke tanah suci untuk beribadah. Meskipun, tidak bisa dipungkiri, saya juga jalan ke beberapa tempat di Mekah untuk bersiarah dan belanja oleh-oleh untuk keluarga di kampung”.

Argumen semacam ini juga dikemukakan informan yang lebih muda seperti dalam pengakuan Jabal Rahman. Jabal Rahman (wawancara, 11/7/2016) mengaku berangkat umrah untuk mencari hidayah. Dia merasa sudah terlalu banyak dosa. Tidak lulus SMA karena nakal, merokok dan lain sebagainya. Karena itulah dia mau meminta pengampunan langsung di Mekah. Dia mau melihat langsung ka’bah dan memohon ampun di sana: “saya sudah terlalu banyak dosa dan kebetulan diajak umrah oleh orang tua jadi saya berangkat. Dan saya mendapatkan penyadaran disana. Saya mulai buka usaha setelah dari sana dan selalu ingat ibadah. Saya betul-betul tulus berniat untuk ibadah. Karena itulah di antara semua keluarga yang berangkat sayalah yang pertama mencium hajar aswad, sayalah yang pertama masuk raodah bahkan tidak dengan berdesak-desakan. Selain beribadah disana, saya juga merasa kesan saya sedang berwisata, jalan-jalan. Setiap hari saya bisa masuk mall yang dilewati ketika berangkat ke masjid. Travel juga menyiapkan paket wisata mengunjungi kebun korma mengunjungi peternakan onta, ke Zam-zam mall, dan lain-lain”.

Hj. Hasnah (wawancara, 12/6/2016), informan dengan usia tertua, dengan argumen yang sering mengemukakan tidak mau jalan-jalan di Mekah dan Madinah juga pada akhirnya mengakui

hal yang sama. Seperti diakuinya: “Ibadah adalah nomor satu. Saya nda pernah jalan-jalan kecuali yang sudah dijadwalkan travel saja di sekitar Mekah dan Madinah. Saya sudah tua. Ibadah lebih perlu daripada jalan-jalan. Meski setiap berangkat membeli oleh-oleh buat keluarga di tanah air. Itukan semacam keharusan bagi orang yang bepergian untuk membawakan oleh-oleh bagi keluarga yang ditinggal”.

Tour, jalan-jalan dan belanja adalah salah satu kata yang cukup sering disebut oleh informan selain kata ibadah. Ini menunjukkan dekatnya hubungan antara ibadah haji/umrah dalam konteks kajian ini, dengan gaya hidup seperti tour, jalan-jalan, belanja, dan lain-lain. Hal yang mungkin dapat menjelaskan pergeseran praktik haji/umrah yang terjadi saat ini sebagai bagian dari instrumen gaya hidup. dan juga menjadi petunjuk pembenar bagaimana kota Mekah dan Madinah sendiri sudah didesain dengan maksud-maksud wisata ibadah. Sesuatu yang kontras dengan Mekah dan Madinah sebagai lokus perjuangan dan transformasi ilmu-ilmu keislaman ke berbagai belahan dunia yang dilekukan selama beberapa abad ke belakang. Pemerintah Arab Saudi sendiri telah memacu pendapatan devisa negaranya dari pelayanan haji dan umrah. Untuk umrah sendiri sudi menargetkan mendapat pemasukan lebih dari Rp. 700 Trilyun pada tahun 2020. Target ini makin realistis karena sejumlah proyek layanan telah rampung tahun ini. Antara lain, proyek ini meliputi Haramain Express Train, Bandara King Abdul Aziz International yang baru di Jeddah, perluasan bandara Taif dan sejumlah bangunan menara di Dua Kota Suci (file:///C:/Users/EWIN/Documents/riset%20haji%20dan%20umrah%20hijabers/Pendapatan%20 Saudi%20 dari%20 Umroh%20Capai%20Rp702%20T%20pada%202020.htm diunduh 10 Agustus 2016).

Proyek-proyek ini memperlihatkan rezim Saudi memang menempatkan kota Mekah dan Madinah dalam desain untuk mengangkat devisa negaranya. Karena itulah masjidil haram dan kota Mekah sendiri seperti *city of tour*. Hotel berbintang dari group-group besar telah berdiri dan menawarkan jasanya disana. Jika demikian, apakah terburu-buru jika ada yang menyinggung haji dan umrah seperti mengelola perusahaan travel atau layanan wisata selain ibadah? Berhaji dan berumrah selain ibadah juga lebih mirip sebagai pilihan gaya hidup kelas menengah muslim kontemporer?.

### **Lahirnya Jemaah Kaum Muda: Sebuah Refleksi**

Gejala yang lain dalam penelitian ini adalah bahwa praktik haji atau umrah ini telah makin menjalari seluruh kelas masyarakat dari segala usia. Jika dulu orang berhaji atau berumrah ketika telah renta, maka saat ini tak jarang kita temukan anak usi belasan tahun atau anak-anak muda masa kuliah yang berangkat umrah. Dalam penelitian ini bisa ditunjukkan sejumlah informan muda yang telah berkunjung ke tanah suci untuk menjalankan umrah. Fahirah Natsir (15) dan Fadilah Natsir (25), Jabal rahman (18), Erwin (17) dan tentu informan-informan utama yang telah menjelaskan jika mereka berangkat umrah bersama anak atau cucu mereka.

Selain aspek kemapanan ekonomi, disini lebih terlihat aspek jaringan keluarga kelas menengah. Anak-anak muda yang belum berpenghasilan cukup untuk umrah tapi bisa berangkat umrah karena keluarga mereka mampu memberangkatkan mereka untuk pergi umrah. Banyak diantara jemaah yang berangkat umrah ini anak-anak muda sehingga menunjukkan gejala pengunjung atau jemaah yang berkunjung ke tanah suci selain makin banyak jumlahnya juga makin beragam tingkatan umurnya. Anak muda justru makin banyak yang berkunjung kesana. Meski dibutuhkan penelitian lanjutan untuk mendalami hal ini.

Hal inilah yang ditemukan oleh misalnya Jabal Rahman dalam sebuah pembicaraan dengan seorang warga Madinah yang fasih berbahasa Indonesia. Begini pengakuan Jabal Rahman (Wawancara, 11/7/2016) yang menunjukkan gejala makin banyaknya anak muda yang pergi ke tanah suci: “Waktu jalan-jalan di Madinah saya pernah ketemu orang Arab yang pandai berbahasa Indonesia. Dia bilang sekarang Indonesia sudah bagus. Anak-anak mudanya berlibur ke sini (Mekah dan Madinah) bukan ke tempat-tempat lain. Ini suatu kemajuan. Dulu orang Indonesia yang datang kesini hanya orang-orang tua saja”.

Hal ini menunjukkan bahwa mengkaji haji dan umrah serta menyelaminya secara lebih kompleks memang sudah makin tidak cukup jika tidak menggunakan instrumen gaya hidup kelas menengah sebagai penjelasan. Sebab tidak bisa dihindari lagi kalau haji dan umrah lebih mirip instrumen gaya hidup kelas menengah daripada ritual ibadah semata. Hal seperti ini memang telah banyak diamati oleh para peneliti keagamaan. Azyumardi Azra misalnya mengemukakan: “...naik haji bahkan juga umrah yang sekarang semakin marak dan *fashionable* pada masa-masa super jet jumbo

sekarang ini cenderung menjadi *mode* dan *fashion*, bagian dari gaya hidup kontemporer”(2010:365).

Beberapa karya akademis, misalnya Jan Schmidt, *Thought the legation of Window 1976-1926: four Essays on Dutch, Dutch-Indian and Ottoman History* (1992), menyatakan bahwa haji, bagi banyak jemaah dari Nusantara, di atas segalanya lebih merupakan “sebuah mekanisme untuk turisme”. Senada dengan itu, Amin Rihani, seorang amerika asal Syiria, seperti dikutip FE Peters dalam *The Hajj: The Muslim Pilgrimage to Mecca and Holy Places* (1994), menyatakan bahwa “para pembimbing dan agen perjalanan haji lebih membimbing turis daripada membimbing jemaah haji”(Azra, 2010: 365). Sebuah renungan yang mungkin menjadi amat relevan di saat-saat ketika haji dan umrah telah menjadi ritual bagi sejumlah besar orang, meski mungkin, tanpa kesadaran mengenai fungsi haji dan umrah itu sendiri kecuali memahaminya sebagai ritual yang mesti dilakukan jika mampu secara materiil dan moril. Sebuah ironi? Mungkin.

## PENUTUP

Penelitian ini memberikan penjelasan yang cukup untuk menggambarkan pertumbuhan mutakhir apresiasi masyarakat terhadap gaya hidup religius dengan pergi berhaji dan maraknya masyarakat berangkat umrah. Travel-travel agen mendapatkan keuntungan besar, masyarakat bisa lebih mudah menjalankan ibadah ke tanah suci dan, yang lebih menonjol, masyarakat telah meletakkan berumrah lebih sebagai gaya hidup dari pada ibadah ritual semata. Temuan ini memberikan kita kesimpulan bahwa pergeseran dan tingginya minat dan apresiasi masyarakat terhadap gaya hidup religius dengan mempraktikkan berhaji dan berangkat umrah telah terjadi dengan cukup sepat satu dekade terakhir. Temuan ini juga, pada akhirnya, harus lebih banyak menggunakan perspektif-perspektif teoritik lain seperti perspektif ekonomi, politik dan sosiologi perubahan sosial ketimpang meneliti haji sebagai ritual ibadah semata.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tulisan ini tidak akan selesai tanpa sejumlah orang yang turut membantu dengan caranya masing-masing. Kepada suami Prof. Dr. H. Qadir Gassing, HT. MS. dan anak-anak saya, kepada teman-teman di Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar yang telah memberi dukungan dan ruang yang cukup luas bagi penulis untuk terus meniti jenjang akademik. Sejumlah teman di LP2M terkhusus di Pusat Studi Gender dan Anak (PSGA)

juga ikut membantu hingga terselesaikannya tulisan ini. Terkhusus kepada Redaksi Jurnal Alqalam yang telah mengapresiasi pemuatan tulisan ini. Kepada yang lain yang namanya tak saya sebutkan di sini, saya menyimpannya dalam hati semoga beroleh keberkahan atas segala bantuannya. Terima Kasih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kandhalawi, Muhammad Zakariyya. 1424 H. *Fadhilah Haji Keutamaan, Kepentingan dan Adab-Adabnya*. Cirebon: Pustaka Nabawi.
- Andaya, Leonard Y. 1981. *The Heritage of Arung Palakka: A History of South Sulawesi (Celebes) Seventeenth Century*. Leiden: The Hague, Martinus Nijoff Verhandeligen KITLV. Diterjemahkan oleh Sirimorok. Nurhady. 2004. *Warisan Arung Palakka: Sejarah Sulawesi Selatan Abad ke-17*. Makassar: Inninawa & Media Kajian Sulawesi.
- Antonio, Syafi'i. 2010. *Economy Of Hajj The Neglected Fortune dalam Dinamika dan Perspektif Haji Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah.
- Azra, Azyumardi. 2010. *Ibadah Haji dan Rihlah Makkiyah: Dampaknya dalam Dinamika Islam Indonesia dalam Dinamika dan Perspektif Haji Indonesia*. Jakarta: Dirjen Haji dan Umrah Kementerian Agama.
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumen*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bruinessen, Martin van. 1997. “Mencari Ilmu dan Pahala di Tanah Suci Orang Nusantara Naik Haji” dalam *Indonesia dan Haji*, Terj. Sudarsono dan Theresia Slamet. Jakarta: INIS.
- Chaney, David. 2007. *Lifestyle*. Yogyakarta: Jelasutera.
- Hairussalim. 2008. *Kelas Menengah Muslim*. Dalam Jurnal Satukata Volume 1 Nomor 1 Tahun 2008.
- Harian Infoalharam. *Jamaah Umrah 2016 Diprediksi 1 Juta*. 5 Januari 2016.
- Hefner, Robert W 1999. *Geger Tengger Perubahan Sosial dan Perkelahian Politik*. Yogyakarta: LKIS.
- Herawati. “Pengaruh Tingkat Ekonomi Masyarakat Terhadap Animo Penunaian Ibadah Haji (Studi Kasus Kabupaten Jeneponto Tahun 2000-2006)”. *Skripsi*. Makassar: Fakultas Syariah UIN Alauddin: 2006.
- Hurgronje, Snouck. 1993. *Kumpulan Karangan Snouck Hurgronje VIII*. Jakarta: INIS.
- Lee, Martin J. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Luthfi, Asma. 2004 “*Aji Modernng: Studi Tentang Haji dan Perubahan Sosial Budaya dalam Masyarakat Bugis*”. Tesis. Jurusan Antropologi FIB Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta.
- Pradadimara, Diaz. 2005. *Kota Lama Kota Baru Sejarah Kota-kota di Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

Putuhena, Saleh. 2007. *Historiografi Haji Indonesia*. Yogyakarta: LKIS.

- Rahman, Ahmad. 2010. *Prinsip-Prinsip Tarekat dalam Haji: Sebuah Kesatuan Konsistensi dalam Dinamika dan Perspektif Haji Indonesia* Jakarta. Dirjen Haji dan Umrah Kemenag.
- Reid, Antoni. 2004. *Era Modern Awal Asia Tenggara*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Republika Online. 2014. *Makassar Tuan Rumah Pameran Umrah Internasional*. 7 Desember 2014.
- Ridha, Muhammad. 2011. *Sosiologi Waktu Senggang Eksploitasi dan Komodifikasi Perempuan di Mal*. Yogyakarta: Resistbook.
- \_\_\_\_\_. 2014. "Haji dan Umrah di Tengah Pertumbuhan Economic of Leisure". *Jurnal Al-Adyan*. Jurusan

Perbandingan Agama UIN Alauddin Makassar Volume I Nomor 1 Desember 2014.

- Suryana, Yayan. 2013 "Tradisi Pamitan Haji pada Masyarakat Muslim Purwomartani Kalasan Yogyakarta: Kontestasi Agama dan Budaya". *Jurnal Sosiologi Reflektif* UIN Sunan Kalijaga Volume 8 Nomor 1, Oktober 2013.
- Syariati, Ali. 1978. *Haji*. Bandung: Pustaka.
- Veblen, Thorstein. tt. *The Teory of Leisure Class and Economic Study of Institution*. New York: Macmillan.
- <http://www.himpuh.org/page/tentang-himpuh> diunduh 12/1/2015.
- [www.antarasulsel.com/berita/53330/pertumbuhan-ekonomi-makassar-di-atas-sembilan-persen](http://www.antarasulsel.com/berita/53330/pertumbuhan-ekonomi-makassar-di-atas-sembilan-persen).