

STRATEGI PEMBIAYAAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI PERJALANAN UMROH DAN HAJI DI KOTA BEKASI (Studi Empiris pada Trihamas *Finance* Syariah)

Muhamad Alviansyah¹, Teguh Santosa^{*2}

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi,
alv.trans88@gmail.com, teguhsantosa@ibm.ac.id

ABSTRAK

Ibadah Umroh dan Haji merupakan sarana umat muslim untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan Haji sebagai rukun Islam kelima. Permintaan layanan perjalanan umroh dan haji meningkat di Indonesia, termasuk di Kota Bekasi. Namun, biaya yang tinggi menjadi kendala bagi sebagian jamaah. Pembiayaan syariah menjadi solusi penting, meskipun masih menghadapi kendala. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pembiayaan syariah efektif di Kota Bekasi, dengan fokus pada Trihamas *Finance* Syariah. Metode penelitian kualitatif digunakan dengan wawancara mendalam dan observasi partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Trihamas *Finance* Syariah memiliki potensi signifikan dalam mendukung industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi. Keunggulan seperti pengalaman, kredibilitas, dan jaringan strategis ditemukan melalui analisis SWOT. Peluang untuk ekspansi pasar dan digitalisasi layanan pembiayaan juga tersedia. Tantangan meliputi ketidakstabilan ekonomi dan regulasi pemerintah yang ketat. Strategi matang, seperti optimalisasi potensi dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, diperlukan untuk mengatasi tantangan tersebut. Kontribusi Trihamas terhadap pembangunan ekonomi Kota Bekasi termasuk pertumbuhan ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah. Dengan strategi yang tepat, Trihamas *Finance* Syariah dapat menjadi pemimpin dalam industri ini, membawa manfaat ekonomi dan sosial bagi Kota Bekasi.

Kata Kunci: Industri Perjalanan Umroh dan Haji, Pembiayaan Syariah, Strategi Pembiayaan Syariah.

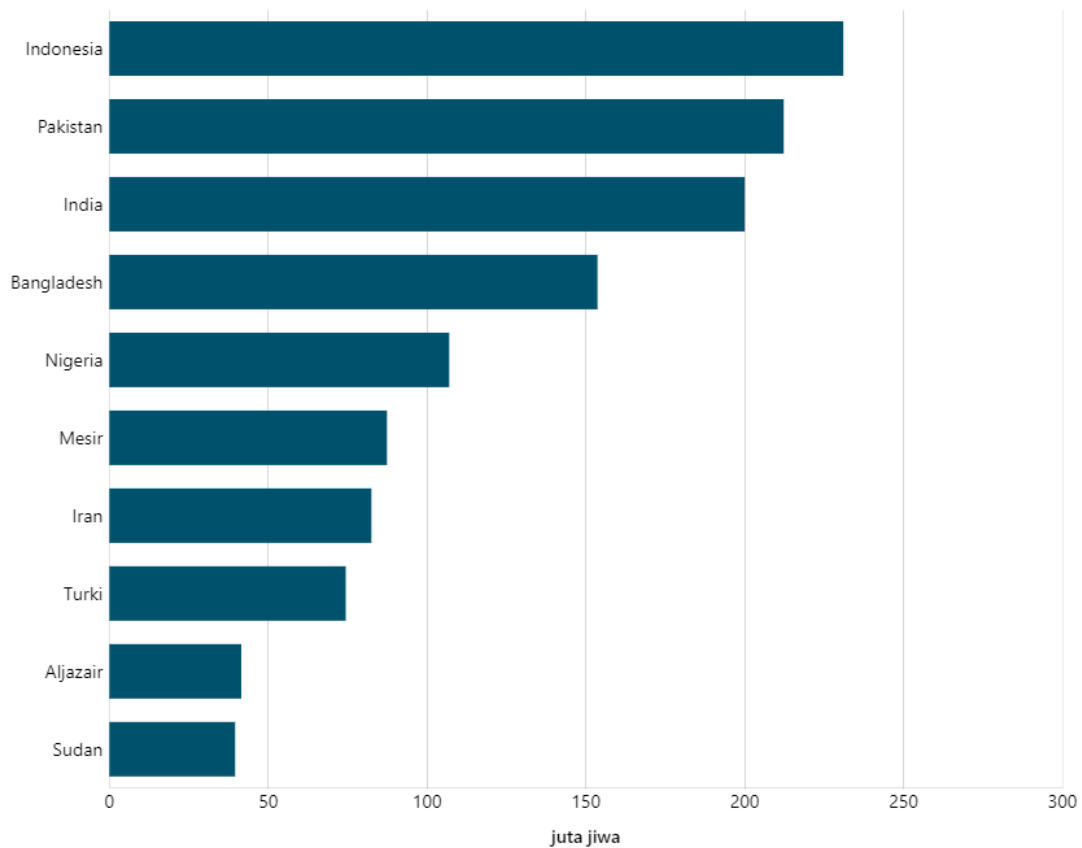
ABSTRACT

Umrah and Hajj are essential rituals for Muslims to draw closer to Allah, with Hajj being the fifth pillar of Islam. The demand for Umrah and Hajj pilgrimage services has been increasing in Indonesia, including in Bekasi City. However, high costs pose a significant challenge for many pilgrims. Sharia-compliant financing serves as a crucial solution, despite facing various obstacles. This study aims to identify effective Sharia financing strategies in Bekasi City, focusing on Trihamas Finance Syariah. Qualitative research methods, including in-depth interviews and participant observation, were employed. The research findings highlight that Trihamas Finance Syariah has significant potential in supporting the Umrah and Hajj pilgrimage industry in Bekasi City. Strengths such as experience, credibility, and strategic partnerships were identified through SWOT analysis. Opportunities for market expansion and digitalization of financing services are also available. Challenges include economic instability and stringent government regulations. Mature strategies, such as optimizing potential and adhering to Sharia principles, are necessary to address these challenges. Trihamas contributes to Bekasi's economic development through local economic growth, job creation, and increased regional income. With the right strategies, Trihamas Finance Syariah can lead the industry, bringing economic and social benefits to Bekasi City.

Keywords: Hajj and Umrah Travel Industry, Sharia Financing, Sharia Financing Strategies.

PENDAHULUAN

Indonesia, menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk yang memeluk agama islam terbesar di dunia, hal ini bisa dapat dilihat pada grafik yang ditunjukkan oleh Gambar 1.



Gambar 1. Data Jumlah Penduduk Muslim Tahun 2021

Sumber: Kusnandar, 2021

Ibadah haji, sebagai rukun Islam kelima, wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim yang mampu, baik secara fisik, mental, spiritual, sosial, maupun finansial, sekali seumur hidup. Namun, untuk bisa menjalankan ibadah haji, jamaah memerlukan biaya yang cukup besar. Sebagian besar dari mereka mungkin tidak memiliki dana yang cukup untuk membiayai perjalanan ini secara tunai.

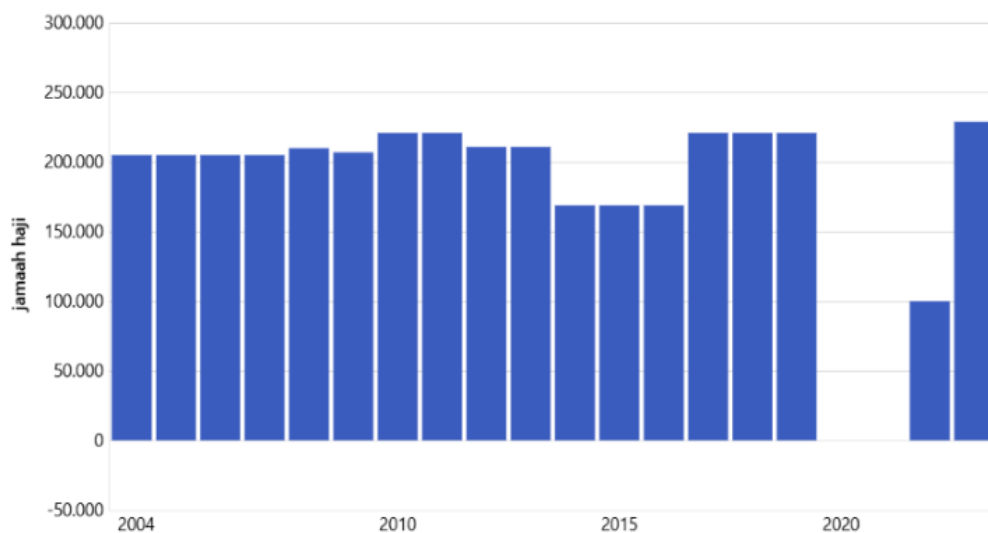
Pada tahun 2022 calon jemaah membayar rata-rata sebesar Rp39,8 juta (Indah, 2022), tahun 2023 calon jemaah membayar rata-rata Rp49 juta (BBC.com, 2024), dan pada tahun 2024, Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) mencapai Rp56,05 juta per orang, yang mencakup 60% dari total biaya haji (Muhamad, 2023). Biaya yang cukup tinggi ini membuat pembiayaan syariah menjadi solusi yang sangat relevan dan penting untuk membantu calon jemaah haji dan umroh yang kesulitan mengumpulkan dana dalam jumlah besar.

Pembiayaan untuk pelaksanaan ibadah haji dan umroh di Indonesia umumnya tersedia melalui lembaga keuangan, salah satunya perusahaan pembiayaan syariah (*leasing*) (Cahyani, 2015). *Leasing* atau pembiayaan adalah bentuk pembiayaan yang memungkinkan perusahaan atau individu untuk menggunakan aset tanpa kepemilikan langsung (Sumual & Afandi, 2016). Pembiayaan dalam konteks perjalanan umroh dan haji merupakan aspek yang sangat penting. Sebagian masyarakat membutuhkan skema pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, yang tidak melanggar hukum Islam dan memberikan jaminan keadilan serta keberkahan dalam transaksi keuangan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan syariah harus mematuhi prinsip syariah, memastikan semua transaksi sesuai dengan hukum Islam (Ulpah, 2020). Dalam konteks umroh dan haji, skema pembiayaan harus memenuhi standar syariah yang ketat. Kontrak *Murābahah*, yang menetapkan harga jual sebelum transaksi, adalah kunci dalam pembiayaan ini, membantu memfasilitasi pembelian tiket dan akomodasi (Maulidizen, 2018). Hadits Nabi mengenai jual beli secara tidak tunai juga mendukung prinsip ini (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib). Manajemen risiko yang ketat juga penting untuk memitigasi risiko terkait perjalanan, seperti pembatalan atau keterlambatan.

Dalam beberapa dekade terakhir, ibadah haji di Indonesia telah menunjukkan tren yang baik. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia menjadi penyumbang terbesar jumlah jemaah haji setiap tahun, mencerminkan semangat dan komitmen masyarakat terhadap pelaksanaan rukun Islam yang kelima ini (Kusnandar, 2021), sebagaimana dapat dilihat pada grafik yang ditunjukkan oleh Gambar 2.

Kuota Haji Indonesia (2004-2023)



Sumber:
Kementerian Agama

Informasi Lain:

Gambar 2. Tren Jumlah Jemaah Haji Indonesia

Sumber: Annur, 2023

Grafik menunjukkan fluktuasi jumlah jemaah haji di Kota Bekasi dari 2015 hingga 2023, mencerminkan dampak berbagai faktor ekonomi dan sosial. Pada tahun 2015, jumlah jemaah haji mencapai puncaknya sekitar 3000 orang, namun menurun tajam menjadi sekitar 1500 orang pada 2016. Jumlah ini kembali meningkat pada tahun 2017 hingga 2019, mencapai sekitar 2800 orang. Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan drastis pada 2020 dan 2021, tanpa pemberangkatan jemaah. Pada 2022, jumlah jemaah mulai pulih meski masih rendah sekitar 1000 orang, dan meningkat signifikan pada 2023 mencapai sekitar 2500 orang. Tren ini mencerminkan dampak ekonomi dari kegiatan haji, termasuk peningkatan pendapatan lokal, lapangan kerja, serta investasi dalam infrastruktur dan layanan terkait haji, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah.

Tren ini mencerminkan pertumbuhan jumlah jemaah dan perubahan dalam persiapan serta pelaksanaan ibadah haji, dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kota Bekasi menjadi salah satu daerah di Indonesia dengan jumlah jemaah haji yang cukup tinggi, seperti terlihat pada grafik yang ditunjukkan oleh Gambar 3.



Gambar 3. Jumlah Jamaah Haji Kota Bekasi Periode 2015-2023

Sumber: www.jabar.bps.go.id

Pada tahun 2017, jumlah jemaah haji di Kota Bekasi meningkat mendekati 2500 orang, terus naik menjadi sekitar 2800 orang pada 2018 dan stabil di angka yang sama pada 2019. Pandemi COVID-19 mengakibatkan tidak adanya pemberangkatan jemaah pada 2020 dan 2021. Tahun 2022 jumlah jemaah mulai pulih meski masih rendah, sekitar 1000 orang, dan pada 2023 mencapai sekitar 2500 orang, mendekati jumlah sebelum pandemi. Fluktuasi ini mencerminkan dampak signifikan pandemi terhadap pemberangkatan haji.

Jumlah jemaah haji yang diberangkatkan dari Kota Bekasi berpengaruh besar terhadap ekonomi pembangunan. Peningkatan jumlah jemaah mendorong pendapatan lokal, menciptakan lapangan kerja, dan investasi dalam infrastruktur. Selain itu, kegiatan haji memperkuat modal sosial dan kesadaran keagamaan. Pandemi COVID-19 menurunkan aktivitas ekonomi, tetapi peningkatan jumlah jemaah pada 2022 dan 2023 menunjukkan pemulihan ekonomi. Secara keseluruhan, jumlah jemaah haji mencerminkan stabilitas dan daya tahan ekonomi, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan di Kota Bekasi. Industri umroh dan haji memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan memberdayakan ekonomi umat Islam, baik melalui kontribusi devisa negara maupun pengembangan infrastruktur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pembiayaan syariah dalam pengembangan industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi, mengetahui hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi pembiayaan syariah dalam industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi serta mengetahui solusinya, dan mengetahui dampak dari perjalanan umroh dan haji terhadap pembangunan ekonomi di Kota Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembiayaan Syariah

Pembiayaan syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, dan alamiyah. Ini mencakup aspek *syar'i*, yang memastikan pembiayaan sesuai dengan hukum Islam dan nilai-nilai etika, serta aspek ekonomi yang mempertimbangkan keuntungan adil bagi bank dan nasabah (Ilyas, 2015). Pembiayaan syariah, menurut Qolby (2013), adalah pendanaan untuk investasi tanpa sistem bunga (*riba*), seperti disinggung dalam *Al-Qur'an* surat *Ali Imran* ayat 130. Ulpah (2020) menambahkan bahwa pembiayaan syariah adalah sistem perbankan berbasis hukum Islam yang bertindak sebagai intermediari keuangan, menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya sesuai prinsip syariah.

Pembiayaan syariah berlandaskan pada beberapa prinsip utama: keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, dan penghindaran praktik-praktik seperti *gharar*, *maisir*, *riba*, *zhulm*, *risywah*, serta objek haram lainnya (Www.ojk.go.id, 2023). Ulpah (2020) menekankan prinsip bagi hasil, jual beli, dan sewa sebagai dasar pembiayaan syariah, yang harus menjamin kesepakatan adil dan sesuai prinsip Islam. Semua transaksi harus memastikan keadilan dan kesejahteraan umum tanpa diskriminasi.

Beragam jenis pembiayaan syariah memenuhi kebutuhan finansial yang berbeda. Pembiayaan konsumtif untuk pembelian rumah dan mobil, pembiayaan modal kerja untuk peralatan usaha, pembiayaan investasi, pembiayaan sindikasi untuk proyek besar, dan pembiayaan mikro untuk UMKM adalah beberapa contohnya. Setiap jenis pembiayaan harus sesuai dengan Pernyataan Kesesuaian Syariah dari Dewan Syariah Nasional MUI (2016). Jenis akad pembiayaan syariah di Indonesia meliputi *murabahah* (jual beli), *wadiah* (penitipan), *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah* (kerjasama), *salam* (pembelian di muka), *istishna'* (pemesanan barang), *qardh* (pinjaman tanpa bunga), *ijarah* (sewa), dan *ijarah muntahiyah bit tamlik* (sewa dengan opsi pembelian). Setiap akad memiliki skema dan penerapan yang sesuai dengan prinsip syariah untuk memastikan transaksi yang adil dan bermanfaat bagi semua pihak.

Strategi Pembiayaan

Strategi, menurut Chandler (1962 dalam Ayi Ahadiat, 2003), adalah penentuan sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan serta adopsi serangkaian tindakan dan alokasi sumber daya untuk mencapainya. Wardhana Aditya (2022) menambahkan bahwa strategi adalah alat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memprioritaskan alokasi sumber daya. Pane dan Ibrahim (2024) menjelaskan strategi sebagai proses mengidentifikasi, menyusun, dan mengimplementasikan rencana pengelolaan dana dan pembiayaan internasional untuk meningkatkan daya saing global, termasuk strategi komposisi modal, penggunaan kredit, saham, dan manajemen risiko. Secara keseluruhan, strategi adalah proses yang mencakup perencanaan jangka panjang dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen strategi adalah disiplin penting dalam mengarahkan organisasi menuju pencapaian tujuan jangka panjang. Barney (2007 dalam Widanti, 2015) menggambarkan manajemen strategi sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi yang mencakup pengembangan budaya mendukung, struktur organisasi efektif, perubahan arah pemasaran, penyusunan anggaran, pengembangan sistem informasi, dan penghubungan kompensasi dengan prestasi. Thomson dan Strickland (2003 dalam Ramly & Syukur, 2018) menyatakan bahwa manajemen strategi mengkombinasikan aktivitas berbagai bagian fungsional untuk mencapai tujuan organisasi melalui perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Manajemen strategi memastikan keselarasan antara sumber daya organisasi dan lingkungan eksternal untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Manajemen strategi dalam Islam adalah ilmu yang mempelajari masalah ekonomi berdasarkan nilai-nilai Islam (Aprilyanto, 2017). Prinsip-prinsipnya meliputi kepentingan strategi jangka panjang, organisasi yang kokoh, musyawarah, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta pembuatan kebijakan yang baik (Rahmatullah, 2018). *Al-Qur'an* surat *As-Saff* ayat 4 menggambarkan pentingnya manajemen strategi dengan menyatakan bahwa Allah mencintai orang-orang yang berjuang di jalan-Nya dalam satu barisan yang kokoh. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, manajemen strategi dalam Islam dapat membantu mencapai tujuan ekonomi berdasarkan nilai-nilai Islam. David (2004 dalam Arifin, 2017) mengidentifikasi lima jenis strategi:

1. **Strategi Integrasi** - Mengontrol distributor, pemasok, atau pesaing.
2. **Strategi Intensif** - Penetrasi pasar dan pengembangan produk untuk memperbaiki posisi dalam persaingan.
3. **Strategi Diversifikasi** - Menambah produk terkait (konsentrik), tidak terkait (horizontal), atau sama sekali tidak terkait (konglomerat).

4. **Strategi Defensif** - Mengurangi biaya, menjual, atau menutup bisnis.
5. **Strategi Umum Michael Porter** - Keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Strategi pembiayaan adalah langkah-langkah yang direncanakan untuk mengelola dan mengalokasikan sumber daya keuangan secara optimal demi mencapai hasil finansial yang optimal. Menurut Zaighum dan Abd Karim (2019), strategi pembiayaan mencakup keputusan dan tindakan untuk memperoleh, mengelola, dan mengalokasikan dana dengan optimal, mencapai keseimbangan antara risiko dan imbal hasil, serta memaksimalkan nilai investasi. Dalam perbankan syariah, strategi pembiayaan melibatkan pendekatan sesuai prinsip syariah dalam pengelolaan dana, investasi, dan penyaluran pembiayaan, dengan memperhatikan keadilan, keberlanjutan, dan kepatuhan syariah (Www.ojk.go.id, 2017).

Industri Perjalanan Umroh dan Haji

Industri perjalanan umroh dan haji terus berkembang di berbagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, termasuk Indonesia (Zulkifli et al., 2022). Setiap tahun, jutaan umat Islam melakukan perjalanan ke Tanah Suci untuk menunaikan ibadah umroh dan haji, yang tidak hanya berdampak religius tetapi juga ekonomi (Tahir, 2016). Meskipun menghadapi tantangan, industri ini menawarkan peluang besar untuk inovasi dan pertumbuhan berkelanjutan, seperti peningkatan infrastruktur, penerapan teknologi dalam manajemen perjalanan, dan pengembangan paket perjalanan ramah lingkungan. Dengan manajemen yang efektif, kolaborasi antar pemangku kepentingan, dan penerapan teknologi yang tepat, industri perjalanan umroh dan haji dapat terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan umat Islam di seluruh dunia.

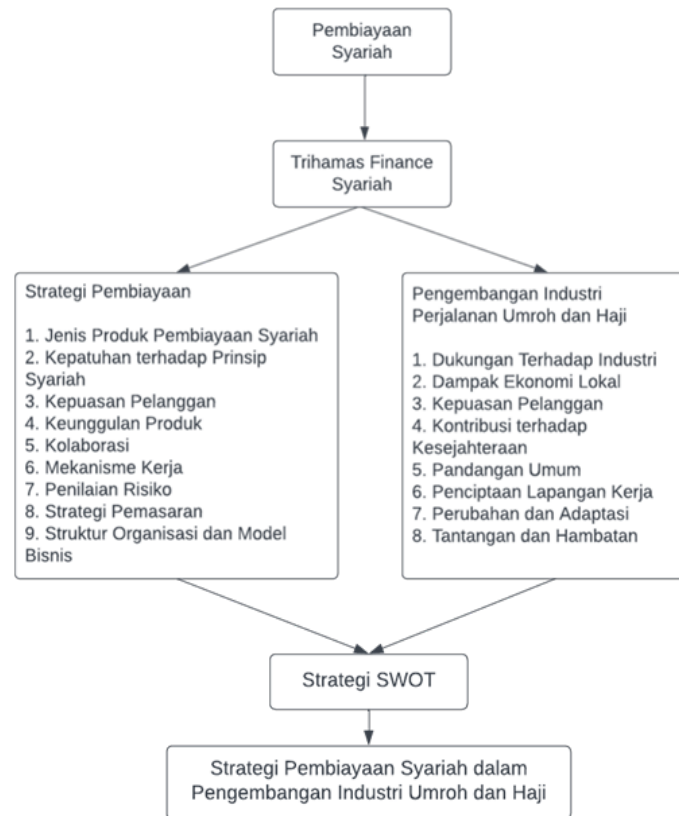
Pertumbuhan pesat industri perjalanan umroh dan haji didorong oleh beberapa faktor utama (Akmal, 2013). Pertama, peningkatan jumlah penduduk Muslim, khususnya di negara-negara dengan perekonomian berkembang, meningkatkan permintaan akan layanan perjalanan umroh dan haji. Kedua, peningkatan daya beli umat Islam juga meningkatkan partisipasi dalam ibadah tersebut. Kemajuan teknologi dan konektivitas global memudahkan akses ke informasi dan layanan perjalanan, memperluas basis pasar bagi industri ini. Faktor lain termasuk kualitas pelayanan, citra merek yang positif, perubahan kebijakan pemerintah, biaya yang tinggi, dan kesempatan untuk jamaah umroh (Patria & Susila, 2023). Kesemua faktor ini berkontribusi pada pertumbuhan dan pengembangan industri perjalanan umroh dan haji.

Strategi pembiayaan memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri perjalanan umroh dan haji. Pertama, strategi pembiayaan memfasilitasi aksesibilitas kegiatan umroh dan haji bagi umat Islam yang mungkin tidak mampu membayar biaya perjalanan secara tunai (Sucipto, 2013). Pembiayaan syariah memungkinkan jamaah memperoleh dana dengan pembayaran berkala sesuai kemampuan keuangan mereka. Kedua, strategi pembiayaan meningkatkan daya beli masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan layanan perjalanan dan akomodasi, mendorong pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Selain itu, skema pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memberikan kepastian dan keamanan kepada jamaah dan pelaku bisnis perjalanan, membantu mengelola risiko keuangan dan meningkatkan likuiditas serta arus kas perusahaan (Sucipto, 2013). Kolaborasi antara lembaga keuangan syariah, pelaku bisnis perjalanan, dan pemerintah diharapkan dapat mengoptimalkan manfaat strategi pembiayaan dalam pengembangan industri perjalanan umroh dan haji secara keseluruhan.

Kerangka Pikir

Penelitian ini mengkaji pembiayaan syariah yang berakar dari prinsip-prinsip keadilan, keseimbangan, kemashlahatan, universalisme, dan alamiyah (Ilyas, 2015). Pembiayaan syariah harus memperhatikan ketentuan hukum Islam dan nilai-nilai etika, serta mempertimbangkan

keuntungan yang adil bagi bank dan nasabah (Ilyas, 2015). Di sektor perbankan syariah, pembiayaan ini berfungsi sebagai lembaga intermediari keuangan tanpa bunga riba (OJK, 2023).



Gambar 4. Jumlah Jamaah Haji Kota Bekasi Periode 2015-2023

Sumber: Data Penelitian

Strategi pembiayaan penting untuk mendukung industri perjalanan umroh dan haji, meningkatkan aksesibilitas, daya beli masyarakat, serta memberikan kepastian dan keamanan bagi jamaah (Sucipto, 2013). Trihamas *Finance* Syariah menerapkan strategi yang mencakup kepatuhan terhadap prinsip syariah, kepuasan pelanggan, produk unggulan, kolaborasi, mekanisme kerja, penilaian risiko, strategi pemasaran, dan struktur organisasi yang mendukung.

Pengembangan industri umroh dan haji juga didorong oleh faktor demografis, ekonomi, dan teknologi (Akmal, 2013), termasuk kualitas pelayanan, citra merek, kebijakan pemerintah, dan biaya yang tinggi (Patria & Susila, 2023). Pengembangan ini melibatkan dukungan terhadap industri, dampak ekonomi lokal, kepuasan pelanggan, kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, dan penciptaan lapangan kerja.

Berdasarkan uraian di atas, hasil dari kerangka pikir ini adalah strategi pemanfaatan kekuatan dan peluang Trihamas *Finance* Syariah dalam mengembangkan industri perjalanan Umroh dan Haji di Kota Bekasi dan diakhiri dengan Analisis SWOT yang mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari penerapan strategi pembiayaan syariah oleh Trihamas *Finance* Syariah. Analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana strategi yang diterapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan industri perjalanan Umroh dan Haji di Kota Bekasi, mengetahui hambatan, tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pembiayaan serta mengetahui solusinya, juga mengetahui dampak dari perjalanan umroh dan haji terhadap pembangunan ekonomi di Kota Bekasi.

Trihamas *Finance* Syariah juga dapat memperluas pasar dengan memanfaatkan pengalaman dan kredibilitas kuat dalam industri pembiayaan syariah, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap Umroh dan Haji. Strategi ini melibatkan pembukaan cabang baru dan kampanye pemasaran yang menonjolkan rekam jejak perusahaan. Selain itu, Trihamas dapat mempercepat digitalisasi layanan pembiayaan dengan kolaborasi *fintech*, mengembangkan *platform* digital, dan meluncurkan aplikasi *mobile*. Inovasi produk pembiayaan, seperti pembiayaan untuk perjalanan keluarga dan produk bundling, akan meningkatkan daya tarik dan fleksibilitas bagi pelanggan. Edukasi dan transparansi mengenai prinsip syariah juga penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan strategi ini, Trihamas dapat memperkuat posisinya di industri pembiayaan syariah dan sektor perjalanan Umroh dan Haji di Kota Bekasi, memberikan dampak positif pada ekonomi pembangunan melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada wawancara mendalam dan observasi partisipan untuk menganalisis strategi pembiayaan syariah dalam pengembangan industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi. Penelitian dilaksanakan di Trihamas *Finance* Syariah dari Januari hingga Juni 2024, melibatkan manajer, staf pembiayaan, pengembangan produk, dan pemasaran, serta nasabah. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan observasi langsung, sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur dan sumber daring. Teknik analisis data meliputi analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal, serta pencocokan data untuk membandingkan pola temuan dengan deskripsi atau prediksi alternatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Trihamas *Finance* Syariah adalah lembaga pembiayaan yang mengedepankan prinsip syariah, khususnya dalam sektor perjalanan umroh dan haji di Indonesia. Berdiri lebih dari 15 tahun, perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah serta mendukung pembangunan ekonomi lokal. Trihamas memanfaatkan pengalaman dan kredibilitasnya untuk membangun reputasi baik dan menjalin kemitraan strategis dengan biro perjalanan umroh dan haji. Inovasi dalam produk dan layanan terus dilakukan, termasuk peluncuran pembiayaan khusus untuk perjalanan ibadah. Program CSR mereka juga mencakup edukasi keuangan syariah dan bantuan sosial. Meskipun menghadapi tantangan regulasi, persaingan, dan ketidakstabilan ekonomi, Trihamas terus berusaha meningkatkan kualitas layanan dan mematuhi prinsip syariah.

Analisis SWOT

Matriks SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor strategis yang memengaruhi Trihamas *Finance* Syariah dalam pengembangan industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi. Dengan matriks ini, kita dapat melihat bagaimana peluang dan ancaman eksternal berperan dalam konteks pembiayaan syariah oleh Trihamas *Finance* dan menghasilkan strategi alternatif yang dapat dieksplorasi lebih lanjut.

Tabel 1. Matriks SWOT

SWOT Matrik	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	<i>SO Strategies</i>	<i>WO Strategies</i>
Ekspansi Pasar dengan Peningkatan Minat Umroh dan Haji	Memanfaatkan pengalaman dan kredibilitas untuk memperluas pasar melalui peningkatan minat umroh dan haji.	Mengembangkan produk pembiayaan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dengan memanfaatkan tren peningkatan minat umroh dan haji.
	Menggunakan jaringan dan kemitraan strategis untuk menarik lebih banyak jamaah dengan paket pembiayaan yang sesuai kebutuhan mereka.	Meningkatkan efisiensi operasional melalui digitalisasi layanan untuk mengurangi biaya dan menarik lebih banyak nasabah.
Digitalisasi Layanan Pembiayaan	Mengintegrasikan strategi pembiayaan syariah dengan platform digital untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah.	Mengadopsi teknologi digital untuk mengembangkan produk pembiayaan yang lebih inovatif dan fleksibel.
	Memanfaatkan komitmen terhadap prinsip syariah untuk mempromosikan layanan digital yang transparan dan aman bagi nasabah.	Menggunakan digitalisasi untuk menekan biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas.
Pengembangan Produk Pembiayaan	Terus berinovasi dalam strategi pembiayaan syariah untuk mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.	Fokus pada pengembangan produk pembiayaan baru yang lebih relevan dan menarik bagi nasabah.
	Memanfaatkan jaringan luas untuk memperkenalkan produk pembiayaan baru yang inovatif.	Menggunakan strategi pengembangan produk untuk mengatasi persaingan dengan lembaga keuangan lain.
<i>Threats (T)</i>	<i>ST Strategies</i>	<i>WT Strategies</i>
Ketidakstabilan Ekonomi dan Fluktuasi Nilai Tukar	Memanfaatkan pengalaman dan kredibilitas untuk membangun kepercayaan nasabah dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi.	Mengembangkan strategi keuangan yang fleksibel dan tangguh untuk mengatasi ketidakstabilan ekonomi.
	Menggunakan jaringan dan kemitraan strategis untuk menawarkan solusi yang fleksibel dan tangguh dalam menghadapi fluktuasi nilai tukar.	Menawarkan skema pembayaran yang lebih fleksibel untuk menarik nasabah meskipun dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu.
Regulasi Pemerintah yang Ketat	Memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap produk dan layanan untuk memenuhi regulasi pemerintah yang ketat.	Mengalokasikan sumber daya untuk memantau dan menyesuaikan diri dengan perubahan regulasi pemerintah.
	Menggunakan jaringan kemitraan untuk memperkuat posisi di pasar meskipun ada regulasi yang ketat.	Menggunakan digitalisasi untuk mempermudah penyesuaian terhadap regulasi baru.
Kepercayaan Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah	Memanfaatkan kredibilitas dan kepatuhan terhadap prinsip syariah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.	Meningkatkan edukasi dan transparansi mengenai produk dan layanan untuk membangun kepercayaan masyarakat.
	Menggunakan strategi pembiayaan syariah yang transparan untuk memperkuat kepercayaan nasabah.	Mengembangkan produk pembiayaan yang lebih inovatif untuk menarik minat nasabah dan membangun kepercayaan.
Persaingan dengan Lembaga Keuangan Lain	Memanfaatkan jaringan dan kemitraan strategis untuk menawarkan produk pembiayaan yang kompetitif dan menarik.	Mengembangkan produk pembiayaan yang lebih inovatif dan fleksibel untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain.

Sumber: Data Penelitian

Berdasarkan hasil pengukuran matriks SWOT pada tabel, maka dapat memperoleh strategi-strategi berikut di Trihamas *Finance* Syariah:

a. **SO Strategies (Strengths-Opportunities):**

- **Pemanfaatan Pengalaman dan Kredibilitas:** Trihamas *Finance* Syariah dapat memanfaatkan pengalaman dan kredibilitasnya untuk memperluas pasar dengan menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan peningkatan minat umroh dan haji. Mengandalkan reputasi yang telah teruji, perusahaan dapat menarik lebih banyak jamaah dengan menawarkan paket pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan prinsip syariah. Trihamas dapat memperkuat kampanye pemasaran yang menonjolkan *track record* dan kredibilitas perusahaan. Ini bisa melibatkan testimoni pelanggan yang puas, kolaborasi dengan agen perjalanan haji dan umroh terkemuka, serta program edukasi untuk calon jamaah tentang keuntungan menggunakan pembiayaan syariah.
- **Integrasi Digitalisasi Layanan Pembiayaan:** Melalui integrasi strategi pembiayaan syariah dengan *platform* digital, Trihamas dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman nasabah yang lebih baik. Ini juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik generasi muda yang lebih cenderung menggunakan teknologi dalam aktivitas keuangan mereka. Trihamas bisa mengembangkan aplikasi *mobile* yang mudah digunakan, yang memungkinkan calon nasabah mengajukan pembiayaan, melacak status aplikasi, dan melakukan pembayaran secara *online*. Selain itu, *platform* ini dapat dilengkapi dengan fitur-fitur edukatif dan konsultasi *online* untuk menjawab pertanyaan nasabah secara langsung.
- **Inovasi Produk Pembiayaan:** Dengan terus berinovasi dalam strategi pembiayaan syariah, Trihamas dapat mengembangkan produk baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Ini mencakup produk-produk yang dapat mengakomodasi berbagai profil nasabah dan menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Divisi *R&D (Research and Development)* Trihamas perlu bekerja sama dengan ahli keuangan syariah dan nasabah untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik yang belum terpenuhi di pasar. Peluncuran produk baru harus didukung dengan kampanye pemasaran yang kuat untuk memperkenalkan manfaat dan keunggulan inovasi ini kepada nasabah.

b. **WO Strategies (Weaknesses-Opportunities):**

- **Inovasi Produk Pembiayaan:** Untuk mengatasi keterbatasan dalam inovasi produk pembiayaan, Trihamas perlu fokus pada pengembangan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang, seperti produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan mudah diakses. Trihamas dapat mengadakan program *pilot* untuk menguji respons pasar terhadap produk pembiayaan baru. Selain itu, perusahaan bisa mengembangkan paket pembiayaan berbasis komunitas atau grup, yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dengan syarat lebih mudah jika mendaftar secara berkelompok.
- **Efisiensi Operasional melalui Digitalisasi:** Dengan meningkatkan efisiensi operasional melalui digitalisasi layanan pembiayaan, Trihamas dapat menekan biaya operasional dan meningkatkan profitabilitasnya. Hal ini juga dapat memungkinkan perusahaan untuk menawarkan solusi keuangan yang lebih kompetitif. Trihamas dapat mengadopsi sistem manajemen risiko berbasis digital untuk mengurangi risiko kredit, yang akan menekan biaya operasional terkait penanganan kredit macet. Penggunaan teknologi seperti AI (*Artificial Intelligence*) untuk analisis data nasabah juga dapat meningkatkan akurasi penilaian risiko.

c. **ST Strategies (Strengths-Threats):**

- **Komitmen terhadap Prinsip Syariah:** Dengan mempertahankan komitmen ini, Trihamas dapat membangun kepercayaan nasabah di tengah ketidakstabilan ekonomi dan fluktuasi nilai tukar. Ini menjadi keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah di masa sulit. Trihamas bisa memperkenalkan layanan konsultasi syariah yang memungkinkan nasabah untuk memahami bagaimana produk keuangan mereka sesuai

dengan prinsip syariah. Ini akan memberikan kepercayaan lebih kepada nasabah, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi.

- **Menghadapi Persaingan dengan Lembaga Keuangan Lain:** Persaingan dengan lembaga keuangan lain, termasuk bank besar yang memiliki sumber daya lebih besar, merupakan ancaman signifikan. Untuk mengatasi hal ini, Trihamas perlu memanfaatkan jaringan dan kemitraan strategisnya untuk menawarkan produk pembiayaan yang lebih kompetitif dan menarik. Trihamas dapat mengembangkan program kerjasama dengan agen perjalanan haji dan umroh, sehingga nasabah bisa mendapatkan pembiayaan dan paket perjalanan dalam satu paket layanan. Selain itu, Trihamas dapat mempertimbangkan untuk menawarkan insentif kepada agen atau mitra yang berhasil membawa nasabah baru.

d. **WT Strategies (Weaknesses-Threats):**

- **Adaptasi terhadap Regulasi Pemerintah:** Regulasi pemerintah yang ketat dapat menjadi tantangan bagi operasional Trihamas. Oleh karena itu, perusahaan harus mengalokasikan sumber daya untuk memantau dan menyesuaikan diri dengan perubahan regulasi. Kepatuhan penuh terhadap regulasi tidak hanya akan menjaga kelangsungan operasional, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dari nasabah dan pihak berwenang. Trihamas bisa membentuk tim khusus yang bertanggung jawab untuk kepatuhan regulasi dan pelatihan internal. Tim ini juga dapat bekerja sama dengan konsultan hukum syariah untuk memastikan bahwa semua produk dan layanan sesuai dengan regulasi yang berlaku.
- **Pengembangan Produk Inovatif:** Dengan fokus pada pengembangan produk pembiayaan yang lebih inovatif, Trihamas dapat menarik minat nasabah dan mengatasi persaingan dengan lembaga keuangan konvensional. Produk yang inovatif dan sesuai dengan prinsip syariah dapat menjadi diferensiasi yang kuat di pasar. Trihamas dapat mengadakan survei pasar untuk memahami preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan syariah. Berdasarkan hasil survei, perusahaan dapat mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan syariah, tetapi juga menawarkan keunggulan kompetitif seperti suku bunga lebih rendah atau syarat yang lebih mudah dibandingkan produk konvensional

Strategi Pembiayaan Syariah Trihamas *Finance* Syariah

Secara keseluruhan, strategi pembiayaan syariah yang diimplementasikan oleh Trihamas *Finance* Syariah dalam pengembangan industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan solusi finansial yang berkelanjutan, sesuai dengan nilai-nilai syariah, dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang pesat dalam industri ini. Seperti Trihamas *Finance* Syariah mengutamakan pengembangan produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, memanfaatkan jaringan dan kemitraan strategis, digitalisasi layanan, inovasi produk, dan pengelolaan risiko ekonomi.

Hambatan dan Tantangan yang Dihadapi

Implementasi strategi pembiayaan syariah dalam industri perjalanan umroh dan haji menghadapi beberapa hambatan dan tantangan yang perlu diperhatikan dengan serius seperti, Ketidakpastian ekonomi, dan fluktuasi nilai tukar yang dapat mempengaruhi kesetabilan pembiayaan, regulasi pemerintah yang ketat, persaingan dengan lembaga keuangan lain, tingginya biaya operasional, dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

Dampak Industri Perjalanan Umroh dan Haji terhadap Pembangunan Ekonomi di Kota Bekasi

Industri ini menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi melalui konsumsi domestik, meningkatkan pendapatan daerah, mendorong pengembangan infrastruktur, meningkatkan konsumsi dan investasi, meningkatkan literasi keuangan terhadap prinsip-prinsip syariah serta menciptakan keseimbangan ekonomi jangka panjang terhadap stabilitas ekonomi dan daya tahan ekonomi di kota bekasi

PENUTUP

Simpulan

Trihamas *Finance Syariah* memiliki potensi besar dalam mendukung industri perjalanan umroh dan haji di Kota Bekasi. Berdasarkan analisis SWOT, Trihamas memiliki kekuatan seperti pengalaman dan kredibilitas dalam pembiayaan syariah, serta jaringan dan kemitraan strategis yang kuat. Peluang untuk ekspansi pasar sangat besar dengan meningkatnya minat umroh dan haji, serta digitalisasi layanan pembiayaan yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Namun, Trihamas juga menghadapi tantangan seperti ketidakstabilan ekonomi dan regulasi pemerintah yang ketat. Untuk mengatasi tantangan ini, Trihamas perlu mengembangkan strategi yang matang, termasuk diversifikasi produk dan layanan serta peningkatan efisiensi operasional, sambil tetap berfokus pada kepatuhan terhadap prinsip syariah untuk menjaga integritas dan kepercayaan pelanggan. Kontribusi Trihamas terhadap pembangunan ekonomi Kota Bekasi juga signifikan, dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi, serta mendorong investasi infrastruktur. Selain itu, Trihamas berperan dalam meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran akan prinsip-prinsip syariah di masyarakat melalui edukasi dan layanan keuangan yang syariah-compliant.

Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya meliputi perluasan dan vertikalisasi penelitian untuk memahami dampak ekonomi industri perjalanan umroh dan haji di berbagai kota di Indonesia, serta analisis mendalam terhadap faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan dinamika ekonomi global. Penelitian juga sebaiknya mencakup studi kasus komparatif antara Trihamas *Finance Syariah* dan lembaga keuangan syariah lainnya untuk mengidentifikasi strategi efektif dan inovasi yang bisa diterapkan. Fokus pada inovasi dan teknologi juga penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan aksesibilitas layanan. Selain itu, pengembangan riset berkelanjutan dengan pemantauan dan evaluasi berkala terhadap implementasi strategi yang direkomendasikan akan memastikan dampak positif yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, penelitian akan lebih mendalam dan relevan dalam memahami peran lembaga keuangan syariah dalam pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

REFERENSI

- Akmal, C. (2013). *Pengaruh Penyelenggaraan Haji terhadap Peningkatan Aktivitas Ekonomi di Wilayah Provinsi DKI Jakarta*.
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Jemaah Haji Indonesia 2023 Capai 229 Ribu Orang, Ini Trennya Jelang Dua Dekade Terakhir*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/25/jumlah-jemaah-haji-indonesia-2023-capai-229-ribu-orang-ini-trennya-jelang-dua-dekade-terakhir>
- Aprilyanto, R. (2017). *Analisis Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Menuju Peralihan Status Institut Menjadi Universitas (Studi pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. 549, 40–42.
- Arifin, M. (2017). sebagai salah satu fungsi manajemen merupakan awal yang sangat menentukan dalam pemilihan pola-pola yang akan dilaksanakan dalam rangka pengambilan keputusan. Demikian juga dengan pengorganisasian. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 3(1), 117–132. arifinmpd@umsu.ac.id
- Ayi Ahadiat. (2003). Resensi Buku, Organization Strategy, Structure, and Process. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(8), 83–93.
- Cahyani, A. D. (2015). Prinsip Dan Penerapan Produk Pembiayaan Dana Talangan Haji Serta Implikasinya Terhadap Aspek Keuangan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa - Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, 1(1), 1–16.

- Ilyas, R. (2015). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian*, 9(1). <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>
- Jannah, K., & Mahmudi, M. (2023). Analisis Akad Ijarah Multijasa Dalam Pembiayaan Haji Dan Umroh Amitra Syariah Malang. *Journal of Economic and Islamic Research*, 2(1), 83–96.
- Kusnandar, V. B. (2021). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia Menurut RISSC (2021)*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/risce-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia>
- Maulidizen, A. (2018). Literature Study on Murābahah Financing in Islamic Banking in Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 25–49.
- Muhamad, N. (2023). *Biaya Haji 2024 Capai Rp93,4 Juta, Ini Rinciannya*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/biaya-haji-2024-capai-rp934-juta-ini-rinciannya>
- MUI. (2016). *Peraturan Organisasi Majelis Ulama Indonesia Nomor: Kep-407/MUI/IV/2016*. 4. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0A>
- Patria, R. A., & Susila, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, E-wom & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimediasi Oleh Brand Trust (Studi Kasus Sahid Tour Haji & Umroh). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Qolby, M. L. (2013). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2007 - 2013. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 367–383.
- Rahmatullah. (2018). Prinsip Implementasi Manajemen Strategik dalam Perspektif Islam. *Jurnal Qolamuna*, 3(2), 207–2018.
- Ramly, A. T., & Syukur, D. A. (2018). Strategic Management of Organization Development and Civil Service Based PumpingHR Model at Ibn Khaldun University Bogor. *Integrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 64. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i1.59>
- Santosa, T. (2021). Strategi Perencanaan Pengembangan Sekolah Alam Tunas Mulia Untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Di Bantar Gebang – Bekasi. *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 77–87. <https://doi.org/10.53990/develop.v2i2.98>
- Sucipto. (2013). Umrah sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri dan Komoditas Industri. *Kontekstualita*, 28(1), 15–33.
- Tahir, H. (2016). Praktik Haji/Umrah Sebagai Gaya Hidup: Pertumbuhan Bisnis Perjalanan Suci Di Kota Makassar. *Al-Qalam*, 22(2), 127–139. <https://doi.org/10.31969/alq.v22i2.315>
- Ulpah, M. (2020). Konsep Dalam Pembiayaan Perbankan Syariah. *JURNAL Madani Syari'ah*, 3(2), 147–160. [file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article Text-297-1-10-20200831.pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article%20Text-297-1-10-20200831.pdf)
- Wardhana Aditya. (2022). *Strategi Internasional*. March, 133–140. https://www.researchgate.net/publication/359634390_Strategi_Internasional
- Widanti, A. L. (2015). Strategic Management Dynamics STRATEGIC MANAGEMENT. *Pearson*, 801.
- OJK (2017). *PBS dan kelembagaan*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-dan-kelembagaan.aspx>
- OJK (2023). *Pembiayaan Syariah, Alternatif Pembiayaan zaman Now!*
- Zaighum, I., & Abd Karim, D. M. Z. (2019). Peer effects, Financial Decisions and Industry Concentration. *SEISENSE Journal of Management*, 2(2), 13–21. <https://doi.org/10.33215/sjom.v2i2.116>
- Zulkifli, Muhammad Arif, & Zulfadli Hamzah. (2022). Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh Di Kota Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 62–71. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9887](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9887)