

Edukasi Perlindungan Konsumen terhadap Jasa Travel Haji dan Umrah di Era Digital

Dita Retno Pamungkas^{1*}, Faizal Yudhi Nugroho², Muamar Riza Pahlevi³, Labib Fahmi⁴, Fajar Sigit Kusumajaya⁵, Moh. Syamsul Haris⁶, Mellyana Safitri⁷, Slamet Riyadi⁸
¹⁻⁸ Universitas Bima Sakapenta

*email: ditaretnop@gmail.com

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat mengenai perlindungan konsumen dalam penggunaan jasa travel haji dan umrah di era digital. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan edukatif-partisipatif melalui penyuluhan hukum, diskusi interaktif, simulasi pemeriksaan legalitas travel, pencermatan informasi promosi digital, serta pendampingan sederhana dalam memahami perjanjian dan hak konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya memeriksa legalitas dan kredibilitas travel, memahami isi perjanjian, mencermati informasi dan promosi yang disampaikan melalui media digital, serta menyimpan bukti transaksi sebagai bagian dari upaya perlindungan hukum. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai langkah yang dapat dilakukan apabila terjadi permasalahan dalam pelaksanaan layanan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi hukum yang disampaikan secara sederhana dan berbasis kasus sehari-hari dapat membantu masyarakat menjadi konsumen yang lebih cermat dan mandiri. Ke depan, diperlukan edukasi yang dilakukan secara berkelanjutan dengan melibatkan komunitas masyarakat, perguruan tinggi, pemerintah, dan pelaku usaha travel untuk memperkuat literasi hukum serta mendorong penyelenggaraan perjalanan haji dan umrah yang lebih transparan dan bertanggung jawab

Kata kunci: Perlindungan Konsumen; Travel Haji dan Umrah; Literasi Hukum

Abstract

This activity aims to improve the public's legal understanding and awareness regarding consumer protection when using Hajj and Umrah travel services in the digital age. The activity was conducted using an educational-participatory approach through legal counseling, interactive discussions, simulations of travel agency legality checks, scrutiny of digital promotional information, and basic guidance on understanding contracts and consumer rights. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the importance of verifying the legality and credibility of travel agencies, understanding the contents of agreements, scrutinizing information and promotions conveyed through digital media, and retaining transaction records as part of legal protection efforts. Participants also gained an understanding of the steps they can take if problems arise during the provision of services. This activity demonstrates that legal education delivered in a simple manner and based on everyday scenarios can help the public become more discerning and independent consumers. Moving forward, there is a need for ongoing education that involves local communities, universities, the government, and travel industry stakeholders to strengthen legal literacy and promote more transparent and responsible Hajj and Umrah travel operations

Keywords: Consumer Protection; Hajj and Umrah Travel; Legal Literacy

A. PENDAHULUAN

Perjalanan ibadah haji dan umrah memiliki tempat yang istimewa bagi masyarakat Indonesia. Bagi sebagian besar masyarakat Muslim, perjalanan tersebut bukan sekadar perjalanan ke luar negeri, tetapi merupakan bagian dari ikhtiar untuk menjalankan ibadah yang telah lama diharapkan. Dalam pelaksanaannya, masyarakat tidak selalu dapat mengurus seluruh kebutuhan perjalanan secara mandiri. Kehadiran biro perjalanan atau travel haji dan umrah kemudian menjadi bagian penting karena membantu menyediakan berbagai kebutuhan, mulai dari pengurusan

dokumen, tiket, akomodasi, transportasi, konsumsi, hingga pendampingan selama menjalankan ibadah. Pada titik inilah kegiatan ibadah bertemu dengan hubungan bisnis antara masyarakat sebagai pengguna jasa dan travel sebagai penyedia jasa.

Hubungan tersebut membawa konsekuensi hukum. Calon jamaah pada dasarnya merupakan konsumen yang menggunakan jasa dari pelaku usaha, sehingga memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jasa yang ditawarkan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan sejumlah hak kepada konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan, hak memperoleh informasi, hak untuk didengar keluhannya, serta hak memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Keberadaan ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara jamaah dan travel tidak semata-mata didasarkan pada kepercayaan, tetapi juga memiliki dimensi hukum yang perlu dipahami oleh kedua belah pihak.

Hubungan antara calon jamaah dan biro travel, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan terpenuhinya pelayanan sebagaimana yang dijanjikan, tetapi juga menyangkut kepastian hak dan kewajiban para pihak sejak terjadinya kesepakatan. Hubungan hukum antara calon jamaah dengan biro travel pada dasarnya merupakan hubungan keperdataan yang melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Ketika penyelenggara tidak memenuhi kewajibannya, termasuk dalam hal pembatalan keberangkatan, maka kondisi tersebut dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha.¹

Kebutuhan terhadap perlindungan tersebut menjadi semakin penting karena penyelenggaraan haji dan umrah memiliki karakter yang berbeda dengan perjalanan wisata pada umumnya. Negara menempatkan penyelenggaraan haji dan umrah sebagai bagian dari tanggung jawab dalam memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada masyarakat yang melaksanakan ibadah. Perkembangan regulasi juga menunjukkan adanya kebutuhan untuk terus menyesuaikan penyelenggaraan haji dan umrah dengan perkembangan masyarakat dan teknologi. Hal tersebut terlihat dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2025 yang mengubah ketiga kalinya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019, antara lain dengan memperkuat tanggung jawab penyelenggara, pengawasan, pemantauan, evaluasi, dan sistem informasi dalam penyelenggaraan haji dan umrah.

¹ Muhammad Haris Budiman and Eka Jaya Subadi, "Perlindungan Hukum Jamaah Umrah Terhadap Pembatalan Keberangkatan," *Private Law* 5, no. 3 (2025): 865–75, <https://doi.org/10.29303/na4p1a62>.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mencari dan memilih jasa travel. Informasi mengenai paket umrah sekarang dapat ditemukan dengan mudah melalui Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, situs web, maupun berbagai platform digital lainnya. Kondisi ini tentu memberikan manfaat karena masyarakat dapat membandingkan harga dan fasilitas tanpa harus datang langsung ke kantor travel. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan tantangan baru. Informasi yang beredar di ruang digital tidak selalu disertai dengan penjelasan yang memadai mengenai legalitas penyelenggara, rincian fasilitas, ketentuan pembatalan, pengembalian dana, maupun pihak yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perjalanan.

Persoalan tersebut menjadi lebih rumit ketika masyarakat menjadikan harga murah, testimoni, jumlah pengikut media sosial, atau rekomendasi orang terdekat sebagai dasar utama dalam menentukan pilihan. Padahal, informasi tersebut belum tentu cukup untuk memastikan bahwa jasa yang ditawarkan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan batasan terhadap kegiatan promosi yang dapat menyesatkan konsumen, sekaligus mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, perkembangan pemasaran digital perlu diikuti dengan kemampuan masyarakat untuk memahami dan memeriksa informasi secara lebih kritis.

Kekhawatiran tersebut bukan tanpa alasan. Sejumlah penelitian mengenai penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah menunjukkan bahwa persoalan seperti penundaan keberangkatan, pembatalan, kegagalan pemberangkatan, hingga penelantaran jamaah masih menjadi persoalan yang perlu mendapatkan perhatian. Mukhlis, misalnya, menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap jamaah umrah mencakup berbagai aspek, tetapi dalam praktiknya masih terdapat persoalan yang berkaitan dengan pelaksanaan perlindungan tersebut.² Penelitian lain mengenai kegagalan keberangkatan jamaah umrah di Kota Makassar juga menunjukkan pentingnya kehati-hatian masyarakat dalam memilih biro perjalanan dan memeriksa legalitas travel sebelum melakukan transaksi.³

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan aturan hukum saja belum cukup. Masyarakat juga perlu memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan aturan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Calon jamaah perlu mengetahui bagaimana memeriksa legalitas

² Sihabudin Mukhlis, "Perlindungan Hukum Jamaah Umrah Dalam Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah," *Asy-Syariah* 20, no. 1 (2018): 49–58, <https://doi.org/10.15575/as.v20i1.3011>.

³ Sitti Ainun Jariyah Amha, Nurjaya, and Aan Azwari, "Analisis Dan Tanggung Jawab Biro Travel Umrah Atas Kegagalan Pemberangkatan Jamaah Umrah Kota Makassar (Studi Kasus Travel PT . Global Tours)," *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 1 (2021): 1–19, <https://jurnal.fh.umi.ac.id/index.php/qawaninjih/article/view/346>.

travel, memahami isi perjanjian, mencermati promosi yang ditawarkan, memastikan pihak yang menerima pembayaran, serta menyimpan bukti transaksi. Pengetahuan sederhana semacam ini dapat menjadi langkah awal untuk mencegah kerugian sebelum transaksi dilakukan.

Edukasi tidak dimaksudkan untuk menumbuhkan kecurigaan masyarakat terhadap seluruh pelaku usaha travel, tetapi justru membangun hubungan yang lebih sehat antara konsumen dan pelaku usaha. Masyarakat yang memahami hak dan kewajibannya akan lebih mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi yang memadai. Pada saat yang sama, pelaku usaha yang menjalankan bisnis secara profesional akan memperoleh kepercayaan dari konsumen melalui praktik usaha yang transparan dan bertanggung jawab.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai salah satu bentuk upaya untuk menjembatani kebutuhan tersebut. Edukasi diberikan dengan pendekatan yang sederhana dan dekat dengan pengalaman masyarakat, terutama melalui pembahasan mengenai hak konsumen, pemeriksaan legalitas travel, pencermatan promosi digital, pemahaman terhadap perjanjian, serta langkah yang dapat dilakukan apabila terjadi persoalan dalam pelaksanaan perjalanan. Pendekatan partisipatif dipilih agar masyarakat tidak hanya menerima materi hukum, tetapi juga dapat mendiskusikan pengalaman dan persoalan yang mereka temui ketika berinteraksi dengan jasa travel haji dan umrah.

Dengan pendekatan tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi hukum masyarakat sekaligus membangun kebiasaan yang lebih hati-hati dalam memilih dan menggunakan jasa travel haji dan umrah. Perlindungan konsumen pada akhirnya tidak hanya berkaitan dengan bagaimana menyelesaikan persoalan setelah kerugian terjadi, tetapi juga bagaimana masyarakat memiliki kemampuan untuk mencegah kerugian sejak awal. Atas dasar itu, kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai hak dan perlindungan hukum sebagai konsumen jasa travel haji dan umrah, sekaligus membekali mereka dengan pengetahuan praktis untuk menghadapi transaksi jasa perjalanan ibadah di era digital.

B. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif, yang menempatkan masyarakat sebagai peserta aktif dalam memahami dan menerapkan prinsip perlindungan konsumen dalam penggunaan jasa travel haji dan umrah.⁴

⁴ M Q Patton, "Qualitative Research and Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice," *International Journal of Social Research Methodology* 20, no. 4 (2017): 455–68, <https://doi.org/10.1080/13645579.2017.1312112>.

Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan dan pemahaman awal peserta mengenai aspek hukum dalam pemilihan travel, khususnya terkait legalitas, informasi layanan, perjanjian, pembayaran, serta mekanisme pengaduan.

Tahap berikutnya dilakukan melalui penyuluhan hukum dan diskusi interaktif.⁵ Materi disampaikan secara sederhana dengan mengaitkan ketentuan perlindungan konsumen dengan persoalan yang sering dijumpai masyarakat dalam transaksi jasa travel di era digital. Untuk memperkuat pemahaman, peserta diberikan contoh promosi travel dan simulasi sederhana pemeriksaan legalitas, pencermatan isi perjanjian, serta identifikasi informasi yang perlu dikonfirmasi sebelum melakukan pembayaran.

Selanjutnya, kegiatan dilengkapi dengan simulasi dan pendampingan, di mana peserta diajak menggunakan checklist sederhana untuk menilai informasi dan dokumen travel yang akan dipilih. Peserta juga diberikan kesempatan menyampaikan pertanyaan maupun pengalaman yang pernah dihadapi sehingga proses edukasi dapat berlangsung secara dua arah. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi melalui tanya jawab dan post-test untuk melihat perubahan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas kegiatan sekaligus merumuskan tindak lanjut berupa peningkatan literasi hukum konsumen secara berkelanjutan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Konsumen dalam Penyelenggaraan Jasa Travel Haji dan Umrah

Perkembangan usaha jasa perjalanan haji dan umrah menunjukkan bahwa kegiatan ibadah pada saat yang sama telah membentuk suatu hubungan bisnis yang cukup kompleks. Masyarakat sebagai calon jamaah membutuhkan jasa pihak lain untuk membantu berbagai kebutuhan perjalanan, mulai dari pengurusan dokumen, tiket perjalanan, akomodasi, konsumsi, transportasi, pembimbingan ibadah, hingga pelayanan selama berada di Arab Saudi. Dalam hubungan tersebut, calon jamaah tidak hanya berada dalam posisi sebagai orang yang akan melaksanakan ibadah, tetapi juga sebagai pengguna jasa yang mempunyai hak dan kepentingan yang harus dilindungi.

Posisi tersebut menjadi penting karena hubungan antara jamaah dan travel pada dasarnya melahirkan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha / biro travel.

⁵ R I Ibrahim, "Community Based Research Sebagai Pendekatan Penguatan Kapasitas Masyarakat Melalui Program Pengabdian," *Jurnal Abdimas* 24, no. 1 (2020): 15–24, <https://doi.org/10.15294/abdimas.v24i1.21942>.

Hubungan hukum tersebut akan melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Hubungan hukum antara konsumen (calon jamaah) dengan pelaku usaha harus dilihat dari aspek perjanjian dan tanggung jawab hukumnya. Dengan demikian, calon jamaah perlu dibiasakan untuk tidak hanya memperhatikan promosi atau penjelasan lisan dari agen maupun pelaku usaha / biro travel, tetapi juga memahami dokumen perjanjian yang menjadi dasar hubungan mereka dengan pihak travel.⁶

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menempatkan konsumen sebagai pihak yang memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi yang benar, jelas dan jujur, serta hak untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi apabila jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, calon jamaah tidak seharusnya dipandang hanya sebagai pihak yang membeli paket perjalanan, tetapi sebagai konsumen yang memiliki posisi hukum dan hak yang harus dihormati oleh penyelenggara perjalanan.

Hal tersebut menjadi semakin penting karena penyelenggaraan haji dan umrah mempunyai karakter yang berbeda dibandingkan dengan jasa perjalanan wisata biasa. Di dalamnya terdapat dimensi keagamaan, pelayanan publik, sekaligus hubungan ekonomi antara penyelenggara dan jamaah. Negara sendiri menempatkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan jamaah sebagai bagian penting dari penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019, sebagaimana telah beberapa kali diubah dan terakhir melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2025, menegaskan pentingnya penyelenggaraan haji dan umrah yang aman, nyaman, tertib, dan sesuai dengan ketentuan syariat.

Masyarakat perlu memahami bahwa memilih travel bukan hanya persoalan mencari harga yang paling murah atau fasilitas yang paling banyak. Ada aspek legalitas, reputasi, kontrak, mekanisme pembayaran, kepastian keberangkatan, bentuk pelayanan, serta mekanisme pertanggungjawaban yang perlu diperhatikan sebelum calon jamaah menyerahkan sejumlah uang kepada penyelenggara.

Persoalan perlindungan konsumen juga berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha ketika terjadi perbuatan yang merugikan jamaah. Perlindungan terhadap konsumen jasa umrah perlu dikaitkan dengan tanggung jawab hukum penyelenggara, termasuk

⁶ Andika Segara, Cholidi, and Erniwati, "Perlindungan Hukum Bagi Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Perjanjian Perjalanan Ibadah Melalui PT. Zafa Mulia Mandiri (Studi Pada Cabang Ketiga Zafa Tour PT. Zafa Mulia Mandiri)," *Muamalah* 6, no. 1 (2020): 13–28, <https://doi.org/10.19109/muamalah.v6i1.6989>.

persoalan asuransi dan pengawasan terhadap penyelenggara perjalanan tersebut. Hal ini karena keberadaan aturan perlindungan saja belum cukup apabila tidak diikuti pengawasan yang efektif. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki pengetahuan dasar agar dapat mengenali apakah pelayanan yang dijanjikan travel telah sesuai dengan kewajiban hukumnya.⁷

Persoalan perlindungan jamaah bukan semata-mata berada pada tingkat normatif, melainkan juga pada tingkat implementasinya. Apabila ada jamaah umrah yang gagal berangkat, maka mekanisme perlindungan konsumen akan berlaku, meskipun dalam praktiknya belum berjalan maksimal.⁸ Hal ini menunjukkan adanya jarak antara keberadaan aturan dengan kemampuan masyarakat untuk menggunakan dan memahami aturan tersebut. Karena itu, edukasi hukum kepada masyarakat menjadi salah satu bentuk pencegahan yang cukup penting.



Gambar 1. Penyampaian Materi Penyuluhan oleh Tim Penyuluh

2. Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Digital

Perubahan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mencari informasi dan memilih jasa travel haji dan umrah. Jika dahulu calon jamaah biasanya memperoleh informasi melalui kantor travel, brosur, rekomendasi keluarga, atau tokoh agama, sekarang

⁷ Wahyu Hidayat and Agus Sarono, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jasa Umrah / Haji Dalam Perbuatan Melawan Hukum," *Notarius* 15, no. 1 (2022): 283–95, <https://doi.org/10.14710/nts.v15i1.46041>.

⁸ Amha, Nurjaya, and Azwari, "Analisis Dan Tanggung Jawab Biro Travel Umrah Atas Kegagalan Pemberangkatan Jamaah Umrah Kota Makassar (Studi Kasus Travel PT . Global Tours)."

informasi dapat diperoleh hanya melalui telepon genggam. Media sosial, WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, situs web, dan berbagai platform digital lainnya menjadi ruang utama bagi travel untuk menawarkan paket perjalanan. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan berbagai platform digital lainnya di seluruh dunia yang sangat signifikan, terlebih oleh masyarakat Muslim Indonesia yang secara otomatis membuka ruang baru dalam pemasaran berbasis religiusitas. Banyak biro travel haji dan umrah memanfaatkan platform digital tersebut untuk menyampaikan promosi yang dikemas dalam narasi spiritual, testimoni jamaah, hingga kajian keagamaan daring.⁹ Selain itu, pemanfaatan media sosial dalam promosi jasa dapat meningkatkan keterlibatan emosional pelanggan sekaligus memperluas jangkauan komunikasi.¹⁰

Perubahan tersebut tentu memberikan banyak kemudahan. Masyarakat dapat membandingkan harga, melihat fasilitas, memperoleh informasi jadwal keberangkatan, berkomunikasi langsung dengan agen, dan melakukan pendaftaran tanpa harus datang ke kantor travel. Bagi pelaku usaha, media digital juga memungkinkan promosi dilakukan dengan biaya yang relatif lebih rendah dan jangkauan yang lebih luas. Dengan adanya pemanfaatan kedua hal tersebut, maka akan mampu meningkatkan minat jamaah secara efektif.¹¹

Namun, kemudahan tersebut pada saat yang sama menghadirkan persoalan baru dalam perlindungan konsumen. Informasi yang diterima calon jamaah belum tentu seluruhnya dapat diverifikasi. Foto hotel, gambar pesawat, testimoni keberhasilan memberangkatkan jamaah, jumlah peserta, harga promosi, hingga pernyataan mengenai “pasti berangkat” dapat membentuk kepercayaan calon jamaah sebelum mereka mengetahui kondisi sebenarnya.

Dalam situasi seperti ini, persoalan utama bukan hanya ada atau tidaknya informasi, tetapi kemampuan masyarakat untuk membedakan informasi yang dapat dipercaya dengan informasi yang perlu diperiksa lebih lanjut. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh

⁹ S Muzakkir and Istikomah, “Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial),” *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 7, no. 1 (2025): 39–52, <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.3419>.

¹⁰ Wahyu Handayani et al., “Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah,” *Journal of Artificial Intellegence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 2 (2025): 6350–54, <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1627>.

¹¹ Novi Nur Aini and Amirotun Sholikhah, “Etika Islam Pada Bisnis Biro Travel Haji Dan Umrah Dalam Menarik Minat Jamaah Di Tareem Tour Purwokerto,” *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2026): 55–64, <https://doi.org/10.61111/great.v3i1.1272>.

banyak informasi, tetapi belum tentu memiliki kemampuan yang sama untuk memverifikasi informasi tersebut.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri telah memberikan dasar yang cukup jelas bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Ketentuan mengenai larangan menawarkan atau mempromosikan jasa secara tidak benar atau menyesatkan juga menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab hukum pelaku usaha.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, persoalan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa yang lebih sederhana. Peserta tidak hanya diberikan penjelasan mengenai bunyi pasal, tetapi diajak melihat contoh promosi travel yang biasa mereka temukan di media sosial. Dari contoh tersebut, peserta diajak bertanya: siapa penyelenggaranya, apa yang sebenarnya ditawarkan, apakah harga yang dicantumkan sudah mencakup seluruh biaya, bagaimana jadwal keberangkatannya, fasilitas apa yang dijanjikan, dan apakah terdapat informasi mengenai pembatalan serta pengembalian dana.

Pendekatan seperti ini membuat materi perlindungan konsumen lebih dekat dengan pengalaman sehari-hari masyarakat. Hukum tidak lagi dipahami sebagai kumpulan pasal yang jauh dari kehidupan, tetapi sebagai alat yang dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih aman sebelum melakukan transaksi.

3. Pentingnya Memeriksa Legalitas Travel Sebelum Melakukan Transaksi

Salah satu materi utama dalam kegiatan edukasi adalah pentingnya melakukan pemeriksaan terhadap legalitas penyelenggara. Hal ini menjadi penting karena calon jamaah sering kali lebih mudah percaya kepada orang yang menawarkan paket perjalanan dibandingkan memeriksa status hukum perusahaan yang berada di balik penawaran tersebut. Selain itu, calon jamaah juga perlu mewaspadaai terkait biro travel yang izin Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) nya telah dicabut, tetapi masih melakukan kegiatan promosi dan pemasaran paket umrah, hal ini berkaitan dengan legalitas pihak travel. Dengan adanya persoalan ketika calon jamaah telah membayar biaya perjalanan tetapi belum diberangkatkan, sehingga diperlukan mekanisme pemulihan hak melalui pengembalian dana, ganti rugi, pengaduan kepada otoritas, maupun mekanisme

penyelesaian sengketa lainnya. Calon jamaah perlu mengetahui bukan hanya legalitas biro travel pada saat mendaftar, tetapi juga memahami dokumen dan bukti transaksi yang dapat digunakan apabila status atau kemampuan penyelenggara kemudian bermasalah.¹²

Legalitas merupakan salah satu informasi awal yang perlu diketahui sebelum calon jamaah membuat keputusan. Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, terdapat mekanisme perizinan dan pengawasan khusus karena jasa yang diberikan bukan sekadar perjalanan wisata. Penyelenggara memiliki tanggung jawab terhadap jamaah mulai dari sebelum keberangkatan sampai dengan kepulangan.

Calon jamaah perlu berhati-hati dalam memilih biro perjalanan dan memastikan legalitas travel yang digunakan untuk menghindari kerugian.¹³ Hal tersebut memperlihatkan bahwa pemeriksaan legalitas bukan sekadar prosedur administratif, tetapi bagian penting dari perlindungan konsumen. Hal ini sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam yang tidak hanya menekankan pada aspek legalitas formal, tetapi juga akhlak, niat, dan tanggung jawab sosial.¹⁴

Dalam kegiatan pengabdian, peserta kemudian diperkenalkan pada prinsip sederhana: “jangan membayar terlebih dahulu sebelum mengenali siapa yang menerima pembayaran.” Prinsip tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa langkah praktis, antara lain memeriksa identitas badan usaha, alamat kantor, izin penyelenggaraan, rekening pembayaran, informasi paket perjalanan, serta kesesuaian antara pihak yang menawarkan paket dengan pihak yang secara hukum bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perjalanan.

Pendekatan ini penting karena masyarakat terkadang berhubungan hanya dengan agen atau perantara. Dalam kondisi demikian, calon jamaah perlu mengetahui apakah agen tersebut merupakan bagian resmi dari penyelenggara atau hanya pihak yang menawarkan paket atas nama pihak lain. Informasi mengenai hubungan tersebut perlu diperjelas sejak awal agar tidak terjadi kebingungan ketika muncul masalah.

¹² Aini Widya Utami and Putri Eka Ramadhani Batubara, “Perlindungan Hukum Bagi Calon Jamaah Umrah Pasca Pencabutan Izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU),” *USM Law Review* 8, no. 2 (2025): 1045–66, <https://doi.org/10.26623/julr.v8i2.12364>.

¹³ Amha, Nurjaya, and Azwari, “Analisis Dan Tanggung Jawab Biro Travel Umrah Atas Kegagalan Pemberangkatan Jamaah Umrah Kota Makassar (Studi Kasus Travel PT . Global Tours).”

¹⁴ Faizatur Rachmaniah and Novie Andriani Zakariya, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Karyawan Di Travel Umrah & Haji PT . Permata Zain Al Miftah Surabaya,” *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 1559–65, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/3631>.

4. Perlindungan Konsumen sebagai Upaya Pencegahan Kerugian Jamaah

Salah satu hal yang ditekankan dalam kegiatan pengabdian adalah bahwa perlindungan hukum sebaiknya tidak baru dibicarakan setelah masyarakat mengalami kerugian.

Kerugian yang dialami jamaah tidak selalu berhenti pada persoalan uang. Ketika keberangkatan gagal, jamaah dapat kehilangan kesempatan beribadah, mengalami tekanan psikologis, harus menanggung biaya tambahan, bahkan dapat kehilangan kepercayaan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan ibadah. Penelitian mengenai perlindungan hukum jamaah umrah juga menunjukkan bahwa persoalan seperti penundaan, pembatalan, kegagalan keberangkatan, dan penelantaran jamaah merupakan persoalan nyata yang perlu mendapatkan perhatian.¹⁵

Karena itu, edukasi masyarakat diarahkan pada prinsip bahwa perlindungan konsumen dimulai sebelum transaksi dilakukan. Masyarakat harus mempunyai kebiasaan memeriksa terlebih dahulu, memahami perjanjian, memastikan pembayaran dilakukan kepada pihak yang tepat, dan menyimpan bukti transaksi.

Prinsip tersebut juga sejalan dengan perkembangan regulasi penyelenggaraan haji dan umrah. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2025 memperkuat sejumlah aspek dalam penyelenggaraan haji dan umrah, antara lain kelembagaan dan tanggung jawab penyelenggara, pengawasan, pemantauan, evaluasi, serta sistem informasi.¹¹ Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa penyelenggaraan haji dan umrah merupakan bidang yang terus berkembang dan membutuhkan penyesuaian terhadap perkembangan masyarakat serta teknologi.

¹⁵ Mukhlis, "Perlindungan Hukum Jamaah Umrah Dalam Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah."



Gambar 2. Foto Bersama Tim Penyuluh dan Beberapa Peserta

5. Perubahan Pemahaman Masyarakat setelah Kegiatan Edukasi

Kegiatan edukasi menunjukkan bahwa penyampaian materi hukum dengan pendekatan yang sederhana dan berbasis contoh lebih mudah diterima masyarakat. Pada awal kegiatan, persoalan pemilihan travel umumnya masih dipahami sebatas pertimbangan harga, fasilitas, dan rekomendasi orang yang dikenal. Setelah diberikan materi dan simulasi, peserta mulai melihat bahwa keputusan memilih travel juga mempunyai konsekuensi hukum.

Perubahan pemahaman tersebut terlihat terutama pada kemampuan peserta untuk mengidentifikasi informasi yang perlu diperiksa sebelum melakukan pembayaran. Peserta mulai memahami bahwa status legalitas, identitas penyelenggara, isi kontrak, ketentuan pembatalan, serta bukti pembayaran merupakan bagian penting dari perlindungan diri.

Hal yang tidak kalah penting adalah munculnya kesadaran bahwa masyarakat tidak harus menunggu sampai menjadi korban untuk memahami hukum. Pengetahuan hukum justru paling bermanfaat ketika digunakan sebelum masalah terjadi.

Dengan demikian, keberhasilan kegiatan tidak semata-mata diukur dari seberapa banyak materi hukum yang dapat disampaikan, tetapi dari kemampuan peserta menerapkan pengetahuan tersebut. Peserta diharapkan mampu melakukan pemeriksaan sederhana terhadap travel, membaca informasi secara lebih kritis, meminta dokumen yang diperlukan, dan mengetahui langkah yang dapat ditempuh apabila haknya sebagai konsumen tidak dipenuhi

D. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai edukasi perlindungan konsumen terhadap jasa travel haji dan umrah di era digital memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai pentingnya memilih travel secara cermat dan berdasarkan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Edukasi yang diberikan menekankan pentingnya memeriksa legalitas travel, memahami isi perjanjian, mencermati promosi digital, menyimpan bukti transaksi, serta mengetahui langkah yang dapat ditempuh apabila terjadi permasalahan. Pendekatan edukatif dan partisipatif menjadikan masyarakat lebih mampu mengenali risiko transaksi dan memahami haknya sebagai konsumen. Dengan demikian, peningkatan literasi hukum konsumen dapat menjadi langkah preventif untuk mengurangi potensi kerugian serta mendorong terciptanya hubungan yang lebih transparan dan bertanggung jawab antara jamaah dan penyelenggara perjalanan haji dan umrah

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Novi Nur, and Amirotun Sholikhah. "Etika Islam Pada Bisnis Biro Travel Haji Dan Umrah Dalam Menarik Minat Jamaah Di Tareem Tour Purwokerto." *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2026): 55–64. <https://doi.org/10.61111/great.v3i1.1272>.
- Amha, Sitti Ainun Jariyah, Nurjaya, and Aan Azwari. "Analisis Dan Tanggung Jawab Biro Travel Umrah Atas Kegagalan Pemberangkatan Jamaah Umrah Kota Makassar (Studi Kasus Travel PT . Global Tours)." *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 1 (2021): 1–19.
- Budiman, Muhammad Haris, and Eka Jaya Subadi. "Perlindungan Hukum Jamaah Umroh Terhadap Pembatalan Keberangkatan." *Private Law* 5, no. 3 (2025): 865–75. <https://doi.org/10.29303/na4p1a62>.
- Handayani, Wahyu, Mochamad Fatchurrohman, Iman Supriadi, and Fanny Dwi Puspitasari. "Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah." *Journal of Artificial Intellegence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 2 (2025): 6350–54. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1627>.
- Hidayat, Wahyu, and Agus Saroni. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jasa Umroh / Haji Dalam Perbuatan Melawan Hukum." *Notarius* 15, no. 1 (2022): 283–95. <https://doi.org/10.14710/nts.v15i1.46041>.
- Ibrahim, R I. "Community Based Research Sebagai Pendekatan Penguatan Kapasitas Masyarakat Melalui Program Pengabdian." *Jurnal Abdimas* 24, no. 1 (2020): 15–24. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v24i1.21942>.
- Mukhlis, Sihabudin. "Perlindungan Hukum Jamaah Umrah Dalam Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah." *Asy-Syariah* 20, no. 1 (2018): 49–58. <https://doi.org/10.15575/as.v20i1.3011>.
- Muzakkir, S, and Istikomah. "Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial)." *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 7, no. 1 (2025): 39–52. <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.3419>.

- Patton, M Q. "Qualitative Research and Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice." *International Journal of Social Research Methodology* 20, no. 4 (2017): 455–68. <https://doi.org/10.1080/13645579.2017.1312112>.
- Rachmaniah, Faizatur, and Novie Andriani Zakariya. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Karyawan Di Travel Umroh & Haji PT . Permata Zain Al Miftah Surabaya." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 2, no. 3 (2025): 1559–65.
- Segara, Andika, Cholidi, and Erniwati. "Perlindungan Hukum Bagi Jamaah Haji Dan Umroh Dalam Perjanjian Perjalanan Ibadah Melalui PT. Zafa Mulia Mandiri (Studi Pada Cabang Ketiga Zafa Tour PT. Zafa Mulia Mandiri)." *Muamalah* 6, no. 1 (2020): 13–28. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v6i1.6989>.
- Utami, Aini Widya, and Putri Eka Ramadhani Batubara. "Perlindungan Hukum Bagi Calon Jemaah Umrah Pasca Pencabutan Izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)." *USM Law Review* 8, no. 2 (2025): 1045–66. <https://doi.org/10.26623/julr.v8i2.12364>.