

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Service Marketing Mix*

1. Pengertian *Service Marketing Mix*

Istilah *Service Marketing Mix* atau bauran pemasaran digunakan pertama kali oleh Neil Borden (1964) yang terinspirasi dari gagasan James Cullington (1948). Gagasannya adalah bahwa seorang eksekutif bisnis berperan sebagai *mixer of ingredients*. Borden (1964) menyusun daftar elemen *Service Marketing Mix* yang terdiri atas 12 aspek. Daftar tersebut kemudian disederhanakan dan dipopulerkan oleh Jerome McCarthy (1968) ke dalam empat aspek pokok, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, yang kemudian dikenal dengan istilah 4P.⁹ Kritik terhadap 4P telah mendorong sejumlah pakar pemasaran mengemukakan model *Service Marketing Mix* yang baru, di antaranya model 7P *Service Marketing Mix* (Booms dan Bitner, 1981) dan model *Service Marketing Mix holistic marketing*. Hingga saat ini, model 4P masih tetap paling populer dan menjadi elemen kunci dalam sebagian besar literatur pemasaran. Manajer pemasaran akan mengambil pendekatan

⁹ Ahmad Mas, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira, "Place , Promotion) Pada Pt . Haluan Riau" 5, no. 2 (2019): 79–86.

tergantungan kepada industri dan target rencana pemasarannya.¹⁰

Istilah *Service Marketing Mix* mungkin terdengar sedikit membingungkan, tetapi pada dasarnya *Service Marketing Mix* adalah model dasar untuk bisnis. *Service Marketing Mix* mengacu pada taktik atau strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memposisikan produk atau layanan dengan jelas di benak pelanggan. Strategi akan mendefinisikan bagaimana tujuan tersebut akan dicapai, termasuk target pasar yang menjadi fokus dan bagaimana perusahaan akan diposisikan. 7P *Service Marketing Mix* merupakan kombinasi elemen yang secara spesifik membantu perusahaan untuk mengembangkan produk/layanan yang tepat dan menjangkau pelanggan yang tepat di waktu yang tepat.¹¹

Marketing mix pertama kali diperkenalkan pada tahun 1948 oleh Neil Borden, seorang profesor di bidang marketing di Harvard University. Menurutnya, *marketing mix* adalah sekumpulan variabel *marketing* yang diterapkan guna meraih atau mengejar tingkat penjualan yang telah ditargetkan. Pada waktu itu, Neil Borden baru

¹⁰ Iwan Zulfikar and Andika Palewa, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Eangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Jemaah Umroh Pada PT. Daanish Mika Salsa Di Bandar Lampung," *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai* 3, no. 1 (2019).

¹¹ Neil H Borden, "The Concept of the *Marketing Mix* ", 1964.

memperkenalkan istilahnya saja. Kemudian pada 1960, Jerome McCarthy memperkenalkan empat komponen utama *marketing mix* yang disebut 4p, yakni *product*, *place*, *promotion*, dan *price*. Konsep ini sudah sejak lama digunakan para pebisnis di sejumlah negara untuk merancang strategi pemasaran yang tepat untuk suatu bisnis. Baik bisnis baru maupun lama dapat menerapkan konsep pemasaran ini.¹²

2. Konsep *Service Marketing Mix*

Perkembangan konsep bauran pemasaran tidak terlepas dari perkembangan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Konsep bauran pemasaran pada awalnya dikembangkan dalam bentuk 4P yang terdiri atas *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Namun, dalam konteks pemasaran jasa, karakteristik jasa yang bersifat tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dari penyedia jasa, beragam, serta tidak dapat disimpan menyebabkan bauran pemasaran 4P dinilai belum sepenuhnya mampu menggambarkan seluruh aspek yang memengaruhi pemasaran jasa. Oleh karena itu, konsep bauran pemasaran jasa dikembangkan dengan menambahkan tiga unsur, yaitu *people*, *process*, dan *physical evidence*, sehingga dikenal sebagai *service Marketing Mix 7P*. Pengembangan tersebut dikaitkan

¹² Sari, "Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Penjualan Tanaman Hias (Studi Komparasi Di Yosomulyo Dan Pekalongan)."

dengan pemikiran Booms dan Bitner mengenai strategi pemasaran bagi perusahaan jasa.¹³

Dengan demikian, *service Marketing Mix 7P* merupakan pengembangan dari konsep bauran pemasaran tradisional 4P yang disesuaikan dengan karakteristik pemasaran jasa. Ketujuh unsur tersebut terdiri atas *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Ketujuh unsur tersebut saling berkaitan dan digunakan perusahaan sebagai instrumen untuk merancang serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam pemasaran jasa, perhatian tidak hanya diberikan kepada jenis layanan, harga, lokasi, dan kegiatan promosi, tetapi juga kepada sumber daya manusia yang memberikan layanan, proses penyampaian layanan, serta bukti fisik yang dapat diamati oleh konsumen.¹⁴

Lovelock dan Wirtz menjelaskan bahwa penerapan bauran pemasaran jasa melibatkan tujuh unsur yang saling berkaitan, yaitu produk jasa, harga, tempat dan waktu, promosi dan edukasi, proses, orang, serta lingkungan

¹³ Booms, Bernard H, and Merry J Bitner, *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms.* " In *Marketing of Services*, Edited by James H. Donnelly and William R. George (Chicago: American Marketing Association, 1981).

¹⁴ Lovelock and Christopher, "Services Marketing: People, Technology, Strategy,," 2011.

fisik. Unsur-unsur tersebut diperlukan karena konsumen tidak hanya menilai jasa berdasarkan hasil akhir yang diterima, tetapi juga berdasarkan proses interaksi dan pengalaman selama memperoleh layanan. Dengan demikian, keberhasilan pemasaran jasa tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh bagaimana layanan tersebut disampaikan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, *service Marketing Mix 7P* dapat dipahami sebagai seperangkat variabel pemasaran yang digunakan perusahaan jasa untuk merancang, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai kepada konsumen. Dalam penelitian ini, konsep *service Marketing Mix 7P* digunakan sebagai landasan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh objek penelitian melalui tujuh unsur, yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

3. Unsur-unsur *Service Marketing Mix 7P*

Seiring berkembangnya zaman, *marketing mix* pun turut mengalami perkembangan dan kini sudah terdapat tujuh strategi yang dikenal dengan istilah *marketing mix 7p*. Diperkenalkan oleh Bitner dan Booms, strategi baru

tersebut adalah *process*, *people*, dan *physical evidence*. Berikut penjelasan lengkap tentang ketujuh strateginya.¹⁵

a. *Place*

Tempat (*Place*) dalam konteks bauran pemasaran merupakan kegiatan strategis yang dilakukan perusahaan untuk menjamin ketersediaan produk atau jasa di titik yang tepat sehingga dapat dijangkau oleh konsumen yang menjadi target pasar. Hal ini mencakup pemilihan saluran distribusi yang efektif, termasuk baik saluran langsung maupun tidak langsung, penentuan lokasi penjualan, serta mekanisme pengiriman dan penyimpanan barang di berbagai titik layanan. Saluran distribusi sendiri memegang peranan penting karena berkontribusi terhadap efektivitas pencapaian tujuan pemasaran, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan volume penjualan, sehingga konsumen dapat memperoleh produk atau jasa dengan lebih mudah dan efisien.¹⁶

b. *Product*

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk di perhatikan, dimiliki, dipakai, atau

¹⁵ Maria Nurhayaty, "Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, and Physical Evidence) 7P," *Jurnal Media Teknologi* 7, no. 2 (2022).

¹⁶ Darniwati Zebua, Yupiter Mendrofa, and Emanuel Zebua, "Analisis Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di PT. Incomarco Adi Prima Kota Gunungsitoli," *Jurnal Ilmiah Metadata* 7, no. 1 (2025).

dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan melakukan keputusan pembelian untuk dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli.¹⁷

c. *Price*

Price atau harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan untuk memperoleh kombinasi barang beserta layanan yang menyertainya. Penetapan harga menjadi aspek yang sangat krusial karena harga berpengaruh besar terhadap tingkat penerimaan produk dan jasa di pasar. Kesalahan dalam menentukan harga dapat berdampak serius, bahkan menyebabkan produk atau jasa yang ditawarkan tidak diminati oleh konsumen.¹⁸ Oleh karena itu penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan

¹⁷ Keller and Kotler, "Definisi Produk Dalam Marketing | Kotler Dan Keller (2019) – Djaslim (2003)," *Djasim*, 2019.

¹⁸ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Liberty, 2002).

yang hendak dicapai, tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut.¹⁹

1. Untuk Bertahan Hidup
2. Untuk Memaksimalkan Laba
3. Untuk Memperbesar Market Share
4. Mutu produk
5. Karena pesaing

d. *Promotion*

Promosi (*Promotion*) merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran yang berfungsi sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan konsumen. Melalui promosi, perusahaan berupaya menyampaikan berbagai informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, seperti manfaat, keunggulan, dan nilai yang dimiliki produk tersebut. Kegiatan promosi dilakukan untuk membangun kesadaran konsumen, menumbuhkan minat, serta mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen agar terdorong untuk mencoba dan melakukan pembelian. Selain itu, promosi juga berperan dalam meningkatkan penjualan, memperkuat posisi produk di pasar, serta

¹⁹ Kasmir and Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media, 2003).

menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.²⁰

e. *Process*

Proses (*process*) dalam pemasaran jasa merupakan seluruh rangkaian prosedur, mekanisme, dan alur kegiatan yang digunakan perusahaan dalam menyampaikan layanan kepada konsumen, mulai dari tahap awal pelayanan hingga layanan tersebut diterima oleh pelanggan. Proses mencakup cara kerja pelayanan, standar operasional, kecepatan layanan, serta konsistensi dalam pelaksanaan jasa. Dalam konteks pemasaran jasa, proses yang terstruktur dan efisien sangat berperan dalam menciptakan kualitas layanan yang baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Proses yang berjalan dengan baik juga membantu perusahaan dalam memberikan pengalaman layanan yang lebih profesional dan dapat diandalkan.²¹

f. *People*

Maksud dari *people* ialah sumber daya manusia yang menjalankan suatu perusahaan, mulai dari

²⁰ Dwi Danesty Deccasari and Sugeng Hariadi, "Analysis of the Effect of Product Quality , Service and Promotion on Repeat Purchase Interest in Customer Satisfaction Media (Study at Starbucks Malang City)" IX, no. 2454 (2025): 4679–90, <https://doi.org/10.47772/IJRISSE>.

²¹ Muhammad Wadud, "Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps : People , Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan" 8, no. 01 (2024).

direktur hingga staf. SDM merupakan aset penting dalam bisnis, sehingga harus dilakukan *recruitment* karyawan yang tepat. Ketika Anda salah merekrut pegawai, bisnis Anda pun dapat terkena dampaknya. Anda bisa rugi secara materi, waktu, hingga reputasi yang tercemar. Padahal, membangun reputasi merupakan hal yang tidak mudah dan untuk mengembalikannya lagi pasti akan membutuhkan waktu. Jadi, bijaklah dalam mempekerjakan pegawai.²²

g. *Physical Evidence*

Physical evidence atau bukti fisik dalam strategi pemasaran jasa adalah seluruh elemen nyata yang dapat dilihat, dirasakan, atau dialami oleh konsumen yang berkaitan dengan penyampaian layanan dan citra perusahaan. Bukti fisik ini mencakup aspek seperti fasilitas layanan, penataan ruang, materi promosi, tampilan visual (seperti logo dan desain), serta alat komunikasi digital seperti situs web dan brosur, yang semuanya membantu konsumen dalam membentuk persepsi terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Dalam pemasaran jasa, karena sifat layanan yang tidak berwujud, keberadaan bukti fisik menjadi penting sebagai indikator kualitas dan kredibilitas perusahaan

²² Fadil Yahya, Hasan Sultoni, and Mei Santi, "Anggota (Studi Kasus Di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung)" 3 (2024): 77–93.

sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa physical evidence merupakan salah satu faktor dari *marketing mix 7P* yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen karena konsumen cenderung menilai layanan berdasarkan apa yang mereka lihat atau alami secara langsung saat berinteraksi dengan Perusahaan.²³

B. Haji dan Umroh

1. Pengertian Haji

Secara etimologis, kata haji berasal dari akar kata bahasa Arab *hajja* yang bermakna menuju atau menyengaja untuk mengunjungi suatu tempat. Adapun secara terminologis, haji diartikan sebagai perjalanan menuju *Baitullah (Ka'bah)* di Makkah guna melaksanakan rangkaian ibadah yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. Menurut para ulama fikih, di antaranya Abu Syuja', haji adalah menuju Baitullah yang berada di Tanah Haram Makkah untuk melaksanakan ibadah. Pengertian ini menunjukkan bahwa haji merupakan aktivitas mengunjungi Ka'bah dengan tujuan beribadah kepada Allah Swt. melalui pelaksanaan rukun-rukun dan

²³ Wadud, "Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps : People , Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan."

kewajiban-kewajiban tertentu yang dilakukan pada waktu-waktu yang telah ditentukan.²⁴

Haji diwajibkan atas semua muslim yang mampu satu kali seumur hidupnya dan apabila lebih dari satu kali maka hukumnya menjadi sunah. sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 97 sebagai berikut:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; Barang siapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”.
(Al-Imran 3: 97).²⁵

Hadits tersebut menunjukkan bahwa haji adalah bagian dari lima rukun islam dan ini berarti wajib bagi umat islam dengan demikian dapat di ambil kesimpulan bahwa haji adalah pergi ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan haji dengan di sengaja dan

²⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*, III (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985).

²⁵ QS. Ali- Imran surah 3 ayat 97

wajib hukumnya bagi yang mampu sekali semur hidup ,sedangkan selebihnya termasuk sunnah. Selain itu ibadah haji merupakan ibadah yang wajib segera dilaksanakan apabila orang tersebut telah memenuhi syarat-syaratnya tetapi masih dilalaikan juga (tidak dikerjakan pada saat mampu) maka ia berdosa karena kelalaiannya itu.

2. Syarat Wajib Haji

Ibadah haji memiliki syarat-syarat wajib yang harus dipenuhi oleh seorang Muslim sebelum kewajiban tersebut dibebankan kepadanya. Syarat pertama adalah Islam, karena ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang hanya diwajibkan bagi pemeluk agama Islam. Kedua, berakal, artinya seseorang yang akan melaksanakan haji harus memiliki akal sehat sehingga mampu memahami dan melaksanakan rangkaian manasik haji dengan benar. Ketiga, baligh, yaitu telah mencapai usia dewasa menurut ketentuan syariat Islam, sehingga ibadah yang dilakukan memiliki nilai tanggung jawab hukum. Keempat, merdeka, yakni tidak berada dalam status perbudakan, karena pada masa klasik seseorang yang tidak merdeka tidak memiliki kebebasan penuh atas dirinya. Kelima, mampu (*istitha'ah*), yang menjadi syarat terpenting dalam kewajiban haji. Kemampuan ini tidak hanya dimaknai sebagai kecukupan harta untuk biaya

perjalanan dan kebutuhan selama di tanah suci, tetapi juga mencakup kemampuan fisik dan kesehatan jasmani, keamanan perjalanan, serta kemampuan menafkahi keluarga yang ditinggalkan. Dengan terpenuhinya seluruh syarat tersebut, maka seseorang telah dikenai kewajiban untuk melaksanakan ibadah haji sekali seumur hidup sesuai dengan ketentuan syariat Islam.²⁶

3. Rukun Haji

Rukun haji merupakan elemen pokok (simbol-simbol) yang menunjukkan tahapan utama dalam ibadah haji yang harus dipahami dan dilaksanakan oleh setiap jamaah agar hajinya sah menurut syariat Islam. Rukun-rukun ini digambarkan melalui syair yang menekankan enam prosesi penting, yaitu *ihram*, *wukuf*, *tawaf*, *sa'i*, *tahalul*, dan tertib.

Ihram melambangkan niat tulus seseorang untuk memasuki rangkaian manasik haji dengan mengenakan pakaian ihram dan memperhatikan larangan-larangan selama ihram, menandai dimulainya ibadah haji secara formal. *Wukuf* di Padang Arafah merupakan puncak ibadah haji di mana jamaah berdiri berdiam diri, berdoa, dan mempersembahkan seluruh perhatian kepada Allah SWT pada hari 9 Dzulhijjah. Dilanjutkan dengan *tawaf*, yakni mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali, sebagai

²⁶ Jurnal Humaniora and Muhammad Noor, "Haji Dan Umrah" 4 (2018): 38–42.

bentuk penghormatan dan kedekatan spiritual dengan Baitullah; kemudian *sa'i*, yaitu berjalan atau berlari kecil antara bukit Shafa dan Marwah sebanyak tujuh kali sebagai wujud mengikuti jejak perjuangan Siti Hajar dalam mencari air untuk Ismail. Tahapan berikutnya adalah *tahalul*, yakni mencukur atau memendekkan rambut sebagai tanda bersih dari larangan ihram dan memasuki fase akhir ibadah haji, serta *tertib*, yaitu melakukan semua rukun dalam urutan yang benar untuk menjaga kesahihan ibadah tersebut. Keenam rukun ini tidak hanya menggambarkan aspek ritual, tetapi juga aspek maknawi yang mendalam dalam penghayatan spiritual ibadah haji.²⁷

4. Wajib Haji

Dalam fiqh Islam, selain *rukun haji* yang menentukan kesahihan ibadah haji, dikenal pula sejumlah *amalan wajib haji* yang harus dilaksanakan oleh jamaah selama menunaikan haji. Jika ditinggalkan tanpa uzur syar'i, hajinya tetap sah tetapi jamaah wajib mengqadha atau membayar *dam* sebagai denda menurut ketentuan fiqh. Amalan-amalan ini mencakup tindakan yang menjadi bagian penting dalam rangkaian manasik haji tetapi bukan bagian dari rukun pokoknya.

²⁷ Mila Nurpiani and Yosi Wulandari, "Rukun Haji Dalam Syair Haji Karya Muhamad Fanani: Kajian Hermeneutika Paul Ricouer," *Sawerigading* 30 (2024).

Di antara *wajib haji* menurut mayoritas ulama dan keterangan fiqih yang berlaku, jamaah diwajibkan memulai ihram dari miqat yang telah ditetapkan sesuai dengan tempat dan waktu yang ditentukan, karena ihram ini menandai dimulainya rangkaian kewajiban haji. Selanjutnya, jamaah haji diwajibkan bermalam di Muzdalifah setelah wukuf di Arafah, yakni tinggal di Muzdalifah sampai malam hari dengan niat menyempurnakan manasik. Termasuk pula *wajib haji* adalah bermalam di Mina pada malam-malam tasyrik (hari 11, 12, dan 13 Dzulhijjah) sebagai bagian dari rangkaian pelemparan jumrah dan makna persiapan menuju tahalul awal.

Dalam rangka manasik tersebut jamaah juga diwajibkan melontar jumrah al-Aqabah pada hari Nahar (10 Dzulhijjah) serta melontar jumrah tiga hari tasyrik dengan tujuh batu untuk masing-masing jumrah sesuai ketentuan syariat. Salah satu *wajib haji* lain adalah menjaga larangan-larangan ihram sampai waktu tahalul tiba, karena meninggalkan larangan-larangan tersebut tanpa uzur akan mengharuskan dam meskipun hajinya tetap sah. Terakhir, jamaah juga diwajibkan melakukan *tawaf wada'* (tawaf perpisahan) sebelum meninggalkan Makkah sebagai penutup dari rangkaian ibadah haji yang telah dilaksanakan. Dengan demikian, pengamalan

wajib-wajib ini menjadi bagian integral yang melengkapi manasik haji sehingga hajinya hukumnya sah dan sempurna menurut syariat Islam.²⁸

C. Umroh

1. Pengertian Umroh

Umrah dalam bahasa Arab (عمرة) artinya ziarah atau berkunjung. Selain itu umroh juga berarti menyengaja dan meramaikan. Umroh ialah dengan sengaja mengunjungi Baitullah dengan niat melaksanakan rangkaian ibadah dan dipandangkan menghilangkan kefakiran dan dosa. Sedangkan umroh secara syar'i dan terminologi fiqh adalah yang artinya mengunjungi kota Makkah untuk melaksanakan ibadah seperti *thawaf* dan *sa'i* dengan melakukan tata cara tertentu. Istilah lainnya datang ke Ka'bah untuk beribadah umroh dengan rukun-rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Umrah menurut bahasa bermakna ziarah. Sedangkan menurut syara' umrah ialah menziarahi ka'bah, melakukan tawaf di se-kelilingnya, bersa'i antara Shafa dan Marwah dan mencukur atau mengguting rambut dengan cara tertentu dan dapat dilaksanakan setiap waktu.

Dalam kajian fiqh Islam, *umroh* dipahami sebagai ibadah ziarah ke Baitullah (Ka'bah) di Makkah yang dilaksanakan dengan niat beribadah kepada Allah SWT

²⁸ Nurpiani and Wulandari.

dan melaksanakan serangkaian ritual tertentu yang telah ditetapkan dalam syariat. Secara bahasa, kata *umroh* berasal dari bahasa Arab yang berarti *ziarah* atau *kunjungan* ke suatu tempat, khususnya ke Tanah Suci untuk tujuan ibadah. Dalam istilah syara', umroh merujuk pada kunjungan tersebut yang dilakukan dengan mengenakan ihram dari miqat, kemudian melakukan *tawaf* mengelilingi Ka'bah, *sa'i* antara bukit Shafa dan Marwah, dan diakhiri dengan *tahalul* berupa mencukur atau memotong rambut sebagai tanda selesainya ibadah umroh. Ibadah ini berbeda dari haji dalam hal waktu pelaksanaan dan beberapa ritualnya. umroh tidak dibatasi waktu tertentu seperti haji dan dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun, serta tidak mencakup ritual-ritual seperti wukuf di Arafah dan melempar jumrah yang menjadi bagian dari haji.

2. Rukun Umroh

Terdapat 5 rukun umroh yang wajib untuk dijalankan selama melaksanakan ibadah umroh dari awal hingga akhir.²⁹

a. Niat/Ihram

Niat atau ihram merupakan rukun pertama dalam pelaksanaan ibadah umroh. Dalam hal ini,

²⁹ Sucipto, "Umrah Sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri Dan Komoditas I Dustri: Menyaksikan Perubahan Keagamaan Warga Kota," *Kontekstualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 2013.

jamaah umroh diwajibkan mengenakan pakaian ihram dan melafalkan niat umroh dari miqat yang telah ditentukan sebagai batas awal dimulainya ibadah. Ihram tidak hanya bermakna penggunaan pakaian tertentu, tetapi juga menandai masuknya jamaah ke dalam keadaan suci yang mengharuskan dirinya untuk mematuhi seluruh larangan ihram hingga tahallul dilakukan.

b. Tawaf

Tawaf adalah kegiatan mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali putaran sebagai bagian dari rukun umroh. Pelaksanaan tawaf dimulai dari posisi Hajar Aswad dengan mengucapkan *Allahu Akbar* dan berakhir kembali di titik yang sama. Jamaah dianjurkan untuk mengusap atau mencium Hajar Aswad ketika melewatinya apabila memungkinkan. Namun, apabila kondisi tidak memungkinkan, jamaah diperbolehkan memberi isyarat dengan melambaikan tangan ke arah Hajar Aswad sebagai bentuk penghormatan dan pengamalan sunnah.

c. Sa'i

Sa'i merupakan rangkaian ibadah umroh berupa berjalan atau berlari kecil antara bukit Shafa dan Marwah sebanyak tujuh kali. Pelaksanaan sa'i dimulai dari bukit Shafa dan diakhiri di bukit Marwah. Dalam

pelaksanaan sa'i tidak terdapat bacaan doa khusus yang diwajibkan, sehingga jamaah diberikan keleluasaan untuk membaca doa, zikir, atau permohonan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing selama ibadah berlangsung.

d. *Tahallul*

Tahallul merupakan rukun umroh yang menandai berakhirnya rangkaian ibadah umroh. Tahallul dilakukan dengan cara mencukur atau memendekkan rambut, sekurang-kurangnya tiga helai rambut. Dengan dilaksanakannya tahallul, jamaah umroh dinyatakan telah keluar dari keadaan ihram dan terbebas dari seluruh larangan yang sebelumnya berlaku selama pelaksanaan ibadah umroh.

e. *Tertib*

Tertib adalah kewajiban melaksanakan seluruh rangkaian rukun umroh secara berurutan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Pelaksanaan ibadah umroh harus dimulai dari niat ihram, kemudian tawaf, sa'i, dan diakhiri dengan tahallul. Apabila rukun-rukun tersebut tidak dilaksanakan secara tertib atau urut, maka ibadah umroh dinyatakan tidak sah menurut ketentuan fiqh.

3. Syarat Umroh

Ada beberapa syarat yang harus dienuhi oleh jema'ah ketika ingin melaksanakan ibadah umroh, antara lain:³⁰

a. Beragama Islam atau merupakan orang muslim

Beragama Islam merupakan syarat utama dalam pelaksanaan ibadah haji, sebagaimana ibadah-ibadah lainnya dalam ajaran Islam. Kewajiban haji hanya dibebankan kepada orang yang telah bersyahadat dan memeluk agama Islam, karena keislaman menjadi dasar diterimanya seluruh amalan ibadah. Oleh sebab itu, seseorang yang belum memeluk agama Islam tidak dikenai kewajiban haji dan ibadah tersebut tidak sah apabila dilakukan oleh non-Muslim.

b. Baligh dan berakal.

Syarat berikutnya adalah baligh dan berakal. Baligh menandakan bahwa seseorang telah mencapai usia kedewasaan menurut ketentuan syariat Islam, sehingga segala perbuatan yang dilakukan telah masuk dalam perhitungan pahala dan dosa. Adapun tanda-tanda baligh antara lain mengalami mimpi basah bagi laki-laki, haid bagi perempuan, tumbuhnya bulu kemaluan, atau mencapai usia tertentu apabila tanda fisik belum tampak. Selain baligh, seseorang juga harus

³⁰ Zulfikar and Palewa, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Eangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Jemaah Umroh Pada PT. Daanish Mika Salsa Di Bandar Lampung."

berakal sehat, karena akal merupakan syarat untuk memahami dan melaksanakan perintah syariat secara sadar dan bertanggung jawab.

c. Merdeka dari perbudakan, atau bukan hamba sahaya.

Syarat selanjutnya adalah merdeka, yakni tidak berada dalam status perbudakan atau hamba sahaya. Dalam konteks fiqh klasik, hamba sahaya tidak dibebani kewajiban haji karena keterbatasan kebebasan dan tanggung jawab hukum. Meskipun pada masa sekarang praktik perbudakan hampir tidak dijumpai, syarat ini tetap disebutkan dalam kajian fiqh sebagai bagian dari ketentuan syariat Islam.

d. Memiliki Kemampuan

Kemampuan atau *istitha'ah* merupakan syarat penting dalam kewajiban haji. Kemampuan ini mencakup beberapa aspek, antara lain kemampuan finansial untuk membiayai perjalanan dan kebutuhan selama berhaji, kemampuan fisik dan kesehatan jasmani untuk melaksanakan rangkaian manasik, serta kemampuan pengetahuan dasar tentang tata cara pelaksanaan ibadah haji agar ibadah yang dilakukan sesuai dengan tuntunan syariat.

e. Adanya mahrom bagi perempuan.

Bagi perempuan, keberadaan mahram menjadi salah satu syarat dalam pelaksanaan ibadah haji. Hal ini

didasarkan pada ketentuan syariat Islam yang mewajibkan perempuan untuk ditemani mahram ketika melakukan perjalanan jauh (*safar*). Karena ibadah haji termasuk perjalanan jauh yang memerlukan safar, maka perempuan dianjurkan bahkan disyaratkan untuk melaksanakannya bersama mahram demi menjaga keamanan, kehormatan, dan kemaslahatan selama perjalanan ibadah.

