

ANALISIS UMRAH *BACKPACKER* DI KALANGAN JAMAAH: PELUANG DAN TANTANGAN

Cecilia Fadiyah Putri Salsabila¹, Vishnuvardhana S. Soeprapto²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
info@ubm.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi jamaah umrah dalam memilih metode *backpacker*, apakah didorong oleh biaya yang lebih murah atau faktor lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method*, bukan kualitatif murni karena penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT yang menggabungkan data kualitatif yaitu hasil wawancara dan observasi dengan data kuantitatif yaitu tabel data statistik seperti tabel jumlah jamaah umrah *backpacker* di tahun 2024 yang didapat melalui narasumber yaitu *tour guide*. Fokus utama adalah menggali tantangan dan peluang dalam umrah *backpacker*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umrah *backpacker* menawarkan peluang seperti biaya lebih terjangkau, fleksibilitas waktu, dan pengalaman ibadah yang personal. Namun, tantangan utama meliputi kendala bahasa, risiko keamanan, dan ketiadaan pendamping resmi. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan internal (efisiensi biaya, fleksibilitas) dan peluang eksternal (edukasi digital, peluang kerja bagi WNI di Arab Saudi), sementara kelemahan (kurangnya struktur perjalanan) dan ancaman (regulasi tidak jelas) perlu diatasi. Simpulan penelitian ini menekankan bahwa umrah *backpacker* dapat menjadi alternatif menarik bagi jamaah berpengalaman, tetapi memerlukan persiapan matang dan dukungan regulasi dari pemerintah. Rekomendasi praktis meliputi pengembangan layanan pendampingan terbatas oleh biro travel dan peningkatan literasi bagi calon jamaah. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan industri perjalanan ibadah yang lebih inklusif dan berorientasi pada kebutuhan jamaah modern.

Kata Kunci: *Backpacker*, Destinasi, Jamaah, Peluang, Tantangan, Umrah, Umrah *Backpacker*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the motivation of Umrah pilgrims in choosing the backpacker method, whether driven by cheaper costs or other factors. This study uses a mixed method approach, not purely qualitative because this study uses a SWOT analysis method that combines qualitative data, namely the results of interviews and observations with quantitative data, namely statistical data tables such as the table of the number of backpacker Umrah pilgrims in 2024 obtained through sources, namely tour guides. The main focus is to explore the challenges and opportunities in backpacker Umrah. The results of the study show that backpacker Umrah offers opportunities such as more affordable costs, time flexibility, and a personal worship experience. However, the main challenges include language barriers, security risks, and the absence of official companions. The SWOT analysis identifies internal strengths (cost efficiency, flexibility) and

external opportunities (digital education, job opportunities for Indonesian citizens in Saudi Arabia), while weaknesses (lack of travel structure) and threats (unclear regulations) need to be addressed. The conclusion of this study emphasizes that backpacker Umrah can be an attractive alternative for experienced pilgrims, but requires thorough preparation and regulatory support from the government. Practical recommendations include developing limited assistance services by travel agencies and increasing literacy for prospective pilgrims. These findings contribute to the development of a more inclusive and modern pilgrimage-oriented travel industry.

Keywords: Backpacker, Backpacker Umrah, Challenges, Destinations, Opportunities, Pilgrims, Umrah.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan seseorang atau kelompok ke lokasi yang berbeda dari tempat asalnya dengan tujuan rekreasi, bisnis, pendidikan, maupun keperluan lain tanpa bermaksud menetap secara permanen (Djunaid, 2021). Aktivitas ini mencakup berbagai kegiatan seperti menginap di hotel, menjelajahi objek wisata, menikmati kuliner lokal, hingga berinteraksi dengan budaya dan masyarakat setempat (Olszewski-Strzyżowski, 2022). Pariwisata juga melibatkan sektor pendukung seperti transportasi, kuliner, agen perjalanan, dan kegiatan kebudayaan yang berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan (Alfifto, 2020). Dengan demikian, pariwisata merupakan fenomena kompleks dan multidimensional yang tidak hanya berfokus pada rekreasi, tetapi juga mencakup dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan (Djunaid, 2021).

Salah satu bentuk kegiatan pariwisata yang berkembang pesat di Indonesia adalah wisata religi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023) mendefinisikan wisata religi sebagai kegiatan wisata yang berhubungan dengan sejarah, tokoh keagamaan, dan tempat ibadah. Wisata ini memberikan manfaat

spiritual dan sosial, antara lain meningkatkan keimanan, memperluas wawasan budaya, serta memperkuat kesadaran sejarah. Dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia, ibadah umrah menjadi salah satu bentuk wisata religi yang paling diminati. Pitaya et al. (2021) menyebutkan bahwa meningkatnya minat masyarakat terhadap pelaksanaan umrah telah menarik perhatian banyak peneliti.

Seiring perkembangan waktu, muncul fenomena baru dalam pelaksanaan ibadah umrah, yaitu umrah backpacker. Istilah ini mengacu pada jamaah yang melaksanakan umrah secara mandiri dengan biaya lebih rendah dibandingkan paket resmi dari biro perjalanan (Rahman, 2024). Lutfiah (2024) menjelaskan bahwa umrah backpacker menawarkan fleksibilitas bagi jamaah untuk menentukan waktu keberangkatan, maskapai penerbangan, dan tempat menginap sesuai preferensi pribadi. Dengan memanfaatkan tiket promo dan transit di beberapa negara, jamaah dapat menekan biaya perjalanan hingga sekitar Rp 35 juta per orang. Fenomena ini menunjukkan pergeseran perilaku konsumen Muslim menuju pilihan ibadah yang lebih hemat, fleksibel, dan personal (Hidayat, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menelaah fenomena ini dari berbagai perspektif. Azizah (2020) menemukan bahwa umrah backpacker memberikan peluang bagi masyarakat berpenghasilan menengah untuk menunaikan ibadah dengan biaya terjangkau, namun menghadapi tantangan seperti ketiadaan pendamping resmi dan risiko keamanan. Sementara itu, Rahman (2024) meneliti pelayanan ibadah umrah backpacker di PPIU PT. Nur Ramadhan Wisata Yogyakarta dan menyimpulkan bahwa penyelenggara berupaya menyediakan layanan aman serta sesuai regulasi Kementerian Agama melalui pengelolaan visa, akomodasi, dan asuransi perjalanan.

Meskipun demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) antara dua studi tersebut. Penelitian Azizah (2020) berfokus pada pengalaman jamaah secara individu, sedangkan Rahman (2024) menyoroti aspek manajemen pelayanan dari penyelenggara. Belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana interaksi antara pengalaman jamaah dan kualitas layanan penyelenggara memengaruhi persepsi serta kepuasan jamaah umrah backpacker. Selain itu, aspek sosial dan budaya dari fenomena ini — seperti perubahan persepsi masyarakat terhadap praktik ibadah mandiri serta peran *tour guide* — juga belum banyak dieksplorasi.

Fenomena meningkatnya jumlah jamaah umrah backpacker di Indonesia, khususnya yang menggunakan jasa *tour guide* independen seperti Ustadz Rahmad Maulana sepanjang tahun 2024, menunjukkan perubahan preferensi masyarakat terhadap model perjalanan ibadah yang lebih fleksibel namun tetap terarah. Data triwulanan menunjukkan peningkatan signifikan

pada periode Ramadhan dan akhir tahun, mengindikasikan bahwa model perjalanan ini semakin diminati oleh masyarakat menengah yang mencari keseimbangan antara efisiensi biaya dan kualitas spiritual.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pelaksanaan umrah backpacker di Indonesia, serta menganalisis bagaimana pola pelayanan dan pengalaman jamaah berkontribusi terhadap keberlanjutan fenomena ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi penyelenggara perjalanan ibadah dalam merespons tren baru ini, sekaligus memperkaya kajian akademik tentang pariwisata religi dan perilaku konsumen Muslim di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *mixed method*, di mana pendekatan kualitatif lebih dominan dan diperkuat dengan unsur kuantitatif sebagai pendukung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap jamaah umrah *backpacker* serta observasi langsung di dua lokasi utama, yaitu Makkah dan Madinah. Proses pengumpulan data ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika dan pengalaman langsung jamaah selama menjalani perjalanan ibadah umrah dengan gaya *backpacker*. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen-dokumen pendukung seperti catatan dari *tour guide*, laporan perjalanan, serta dokumentasi

lapangan yang berisi informasi kontekstual mengenai aktivitas umrah *backpacker*. Penggunaan kombinasi kedua jenis data ini bertujuan untuk memperkuat validitas hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi, yaitu penggabungan tiga teknik pengumpulan data untuk meningkatkan keakuratan hasil. Pertama, observasi langsung dilakukan selama sembilan hari, terhitung dari tanggal 25 Januari hingga 2 Februari 2025, di kota Makkah dan Madinah. Observasi ini mencakup berbagai aktivitas jamaah *backpacker* seperti pemilihan akomodasi, penggunaan transportasi umum, serta pola pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Kedua, wawancara terstruktur dilaksanakan terhadap narasumber kunci yang memiliki keterlibatan langsung dalam praktik umrah *backpacker*, termasuk Direktur MIM Travel dan seorang jamaah bernama Mbak Rindu. Wawancara ini bertujuan menggali motivasi, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang mereka lihat dalam perjalanan ibadah ini. Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dengan mengumpulkan berbagai foto, video, dan catatan lapangan untuk menangkap suasana serta mendukung temuan dari observasi dan wawancara. Ketiga teknik ini saling melengkapi untuk memberikan gambaran yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan gabungan antara analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Dalam tahap pertama,

dilakukan reduksi data, yaitu proses penyaringan dan pemilihan data yang relevan untuk fokus pada isu-isu penting seperti peluang serta tantangan dalam praktik umrah *backpacker*. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk yang terorganisir, antara lain melalui matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary), serta tabel-tabel hasil observasi yang memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan. Pada tahap akhir, verifikasi dilakukan untuk memastikan validitas dan konsistensi data. Proses ini melibatkan perbandingan dan penguatan antar hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga simpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan realitas di lapangan dan dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi pengembangan umrah *backpacker* di masa mendatang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Umrah *backpacker* menawarkan fleksibilitas waktu dan biaya yang lebih hemat, sehingga menjadi daya tarik utama bagi jamaah. Jamaah memiliki kebebasan untuk menentukan jadwal, durasi, dan anggaran perjalanan tanpa terikat oleh paket dan jadwal ketat dari travel resmi, sehingga pengalaman ibadah menjadi lebih privat dan personal. Namun, model ini juga menghadirkan tantangan signifikan, terutama bagi jamaah yang belum berpengalaman bepergian ke luar negeri, karena tidak adanya pendamping resmi membuat jamaah harus mengurus seluruh keperluannya sendiri, ditambah kendala bahasa yang dapat menyebabkan kesulitan komunikasi dan risiko tersesat. Pihak travel resmi

seperti MIM Travel menilai risiko umrah *backpacker* cukup tinggi, sehingga mereka memilih untuk tidak menyediakan paket tersebut demi menjaga keamanan dan kenyamanan jamaah. Di sisi lain, peluang kerja tetap terbuka bagi mutawif yang mampu memberikan pelayanan pendampingan dan bimbingan kepada jamaah *backpacker*. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni ruang lingkup subjek yang terbatas

Di sisi lain, peluang tetap terbuka untuk mutawif atau pemandu ibadah yang dapat memberikan pelayanan pendampingan secara profesional kepada jamaah *backpacker*, membuka ruang kerja baru dan peluang pengembangan layanan di sektor ini. Studi sebelumnya juga menunjukkan pentingnya peran pendamping agar jamaah mengalami ibadah yang nyaman dan aman (Azizah, 2020; Kumparan, 2023).

Fenomena umrah *backpacker* semakin populer di kalangan jamaah Indonesia sebagai bentuk alternatif ibadah yang dianggap lebih fleksibel dan hemat biaya. Dalam model ini, jamaah mengatur perjalanan mereka secara mandiri tanpa bergantung sepenuhnya pada biro travel. Konsep ini menarik minat, terutama dari kalangan muda, karena menawarkan keleluasaan dalam memilih waktu, destinasi, serta penghematan biaya (Trilungani, 2025; Amirah *et al.*, 2023). Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tiga informan utama, diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik ini. Jamaah umrah *backpacker*, dalam hal ini diwakili oleh narasumber Mba Rindu, menekankan manfaat dari sisi fleksibilitas waktu dan penghematan biaya, namun juga mengakui adanya tantangan seperti kendala bahasa dan

tanggung jawab pengelolaan akomodasi secara mandiri. Freycyia, selaku Direktur MIM Travel, mengungkapkan bahwa umrah *backpacker* memberikan tekanan pada bisnis travel resmi, namun juga membuka peluang segmentasi pasar baru dan edukasi melalui konten digital. Sementara itu, Ustadz Rahmad, sebagai tour guide, mengungkapkan bahwa jamaah *backpacker* sering kali tidak memiliki itinerary yang terstruktur, sehingga menyulitkan proses pendampingan selama di Tanah Suci.

Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi praktik umrah *backpacker*. Faktor eksternal terdiri atas kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh jamaah dalam menjalankan ibadah ini secara mandiri. Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 4.10, kekuatan utama yang menonjol adalah biaya yang relatif lebih murah, fleksibilitas waktu, dan pengalaman ibadah yang lebih personal. Di sisi lain, kelemahan yang mencolok adalah tidak adanya pendamping resmi (tour leader), kendala bahasa, serta keharusan mengatur sendiri akomodasi dan transportasi selama di Arab Saudi.

Tabel 1. Faktor Eksternal Back Packer

FAKTOR EKSTERNAL	
Kekuatan (Strengths):	Kelemahan (Weaknesses):
• Biaya lebih murah • Fleksibilitas waktu • Pengalaman ibadah personal	• Tidak ada tour leader • Kendala bahasa • Akomodasi diurus sendiri

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2025

Tabel 2 Faktor Internal Back Packer

FAKTOR INTERNAL	
Peluang (Opportunities):	Ancaman (Threats):
- Destinasi wisata fleksibel - Edukasi via konten digital	- Penurunan jamaah travel resmi - Tidak ada regulasi resmi

Sumber : Diolah oleh peneliti ,
2025

Faktor internal mencakup peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar, baik dari regulasi maupun dinamika pasar. Dalam Tabel 2, ditampilkan bahwa peluang terbesar dari praktik ini adalah kebebasan dalam memilih destinasi ibadah dan wisata, potensi pengembangan edukasi melalui konten digital, serta terbukanya lapangan kerja bagi WNI di Arab Saudi sebagai pendamping informal. Namun, ancaman yang perlu diantisipasi meliputi penurunan jumlah jamaah pada travel resmi, serta belum adanya regulasi khusus dari pemerintah yang mengatur mekanisme umrah secara mandiri.

Tabel 3. Matriks SWOT Umrah Backpacker

Strategi	Rekomendasi
SO (Strength–Opportunity)	Edukasi jamaah via konten digital; kembangkan layanan pendamping lokal.
WO (Weakness–Opportunity)	Kolaborasi dengan komunitas WNI untuk mendampingi jamaah.
ST (Strength–Threat)	Travel resmi tingkatkan layanan agar tetap kompetitif.
WT (Weakness–Threat)	Bentuk komunitas online untuk berbagi info dan mitigasi risiko.

Dari tabel 3, kombinasi antara faktor internal dan eksternal tersebut, dirumuskan strategi berdasarkan matriks SWOT. Strategi SO

(Strength–Opportunity) menekankan pada pentingnya edukasi jamaah melalui media digital seperti *Youtube* dan *Instagram*, serta pemanfaatan kekuatan fleksibilitas untuk memperluas jangkauan ibadah. Strategi WT (Weakness–Threat) mengarahkan pada pembentukan komunitas online antar jamaah untuk saling berbagi informasi, tips, dan mitigasi risiko selama menjalankan ibadah

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, diketahui bahwa skor total faktor internal (IFE) sebesar 2.90 dan eksternal (EFE) sebesar 3.00, menunjukkan bahwa peluang yang tersedia masih lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang ada. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmadini dan Suyanto (2020), yang menekankan bahwa strategi pengembangan usaha atau layanan berbasis komunitas dan digital akan semakin relevan dalam situasi pasar yang fleksibel. Dengan demikian, meskipun umrah *backpacker* mengandung risiko tinggi bagi jamaah pemula, praktik ini memiliki potensi besar untuk berkembang di masa depan, khususnya bila didukung oleh regulasi yang jelas dan sistem pendampingan yang lebih adaptif. Pemerintah, biro perjalanan resmi, serta pelaku individu seperti *mutawif* lokal perlu membangun ekosistem baru melalui layanan *hybrid* (semi-*backpacker*), yang tetap mengedepankan kemandirian jamaah namun dilengkapi dengan dukungan minimal seperti transportasi, panduan ibadah, dan pengurusan administrasi awal. Seiring meningkatnya literasi digital dan budaya *traveling* di kalangan generasi muda, strategi berbasis konten edukatif dan kolaboratif diyakini akan menjadi kunci keberhasilan model ibadah

umrah alternatif ini (Amirah *et al.*, 2023; Trilunggani, 2025).

SIMPULAN

Penelitian kualitatif deskriptif dengan triangulasi data (observasi, wawancara, dokumentasi) dan analisis SWOT ini mengungkap bahwa umrah backpacker menawarkan fleksibilitas waktu dan efisiensi biaya sebagai daya tarik utama, memungkinkan jamaah mengatur jadwal dan anggaran secara mandiri. Namun, model ini memiliki tantangan signifikan, seperti: (1). Risiko praktis: Ketiadaan pendamping resmi meningkatkan kerentanan terhadap kesulitan komunikasi (kendala bahasa) dan manajemen logistik. (2). Keterbatasan regulasi: Minimnya pengawasan pemerintah terhadap praktik mandiri berpotensi membahayakan jamaah.

Bagi industri travel resmi (contoh: MIM Travel), fenomena ini mengancam jumlah jamaah tetapi sekaligus membuka peluang inovasi layanan parsial (e.g., city tour). Analisis IFAS-EFAS (skor 2.90 dan 3.00) menunjukkan bahwa peluang lebih dominan daripada ancaman, terutama bagi jamaah berpengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfifto, A., Rini, E., & Absah, Y. (2020). Experiential Tourism in Lake Toba Samosir District. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11, 1385-1390. [https://doi.org/10.14505/JEMT.V11.6\(46\).08](https://doi.org/10.14505/JEMT.V11.6(46).08).
- Amirah, N., Salma, S., & Hidayat, R. (2023). Fenomena Umrah Backpacker Perempuan tanpa Mahram Perspektif Masalah. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-*

Ilmu Sosial dan Keislaman, 9(2), 348–362.

<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/TZ/article/view/10431>

- Azizah, F. W. (2020). *Peluang dan Tantangan Umrah Backpacker*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang
- Djunaid, I. (2021). Penyuluhan Pentingnya Pemahaman Siswa SMK Pariwisata Tentang Skill Yang Dibutuhkan Dalam Dunia Kerja Pariwisata Di SMK Darmawan Bogor. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2724>.
- Hidayat, M. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Pengambilan Keputusan Jemaah dalam Memilih Biro Umrah (Studi pada Zhafirah Tour & Travel Yogyakarta)*. UIN Sunan Kaljaga. Yogyakarta
- Jendela Dunia. (22 September, 2023). 4 Kelebihan Travel Agent untuk Melakukan Perjalanan. Jendela Dunia. Diakses dari: <https://kumparan.com/jendela-dunia/4-kelebihan-travel-agent-untuk-melakukan-perjalanan-21EkHtJgISH/full>
- Khairunnisa, N. (2025). 5 Tips Traveling Hemat Ala Backpacker Pemula, Liburan Seru Walau On-Budget. Retrieved June 24, 2025, from <https://narasi.tv/read/narasi-daily/5-tips-traveling-hemat-ala-backpacker-pemula-liburan-seru-walau-on-budget>
- Lutfiah, A. R. (2024). *Pengaruh Legalitas Terhadap Keputusan Calon Jamaah Umroh Memilih Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) PT Saudi*

