

Analisis Praktik Akad Samsarah dalam Keagenan Haji dan Umrah di Al Bahjah Tour And Travel

Muhammad Yuda

Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Al-Bahjah Cirebon

*Email : khabibalbahjah@gmail.com

Abstrak

Perkembangan industri perjalanan haji dan umrah di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah ke Tanah Suci. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai biro perjalanan yang menggunakan sistem keagenan dalam memasarkan produk dan layanannya, termasuk Al Bahjah Tour and Travel. Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik keagenan dikenal dengan akad samsarah, yaitu akad perantara antara pemilik jasa dan pihak yang membantu memasarkan jasa dengan memperoleh imbalan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik akad samsarah dalam keagenan haji dan umrah di Al Bahjah Tour and Travel serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik keagenan di Al Bahjah Tour and Travel menggunakan akad ju'alah, yaitu pemberian komisi kepada agen apabila berhasil mendapatkan jamaah haji atau umrah. Sistem kerja sama dilakukan melalui bentuk kemitraan cabang, perwakilan, dan agen yang diikat dengan perjanjian tertulis. Praktik akad samsarah yang diterapkan telah memenuhi rukun dan syarat akad dalam fiqh muamalah, seperti adanya kejelasan akad, transparansi komisi, serta kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu, praktik tersebut tidak mengandung unsur gharar, riba, maupun penipuan sehingga dinilai sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Kata Kunci: akad samsarah, ju'alah, travel haji dan umrah, agen, ekonomi syariah

Abstract

The development of the Hajj and Umrah travel industry in Indonesia has increased significantly along with the growing interest of the community in performing worship in the Holy Land. This condition has encouraged the emergence of various travel agencies that use agency systems in marketing their products and services, including Al Bahjah Tour and Travel. In the perspective of Islamic economics, agency practices are known as samsarah contracts, namely intermediary contracts between service owners and parties who help market services in return for certain compensation. This study aims to determine the practice of samsarah contracts in Hajj and Umrah agencies at Al Bahjah Tour and Travel and to analyze their conformity with the principles of Islamic economic law. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The data obtained were analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that the agency practice at Al Bahjah Tour and Travel uses a ju'alah contract, namely the provision of commissions to agents who successfully recruit Hajj or Umrah pilgrims. The cooperation system is carried out through branch, representative, and agent partnerships bound by written agreements. The samsarah contract practice implemented has fulfilled the pillars and conditions of contracts in fiqh muamalah, such as clarity of contracts, commission transparency, and mutual agreement between both parties. In addition, the practice does not contain elements of gharar, usury, or fraud, so it is considered to be in accordance with the principles of Islamic economic law.

Keywords: samsarah contract, ju'alah, hajj and umrah travel, agent, Islamic economics

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perjalanan haji dan umrah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah ke Tanah Suci menyebabkan meningkatnya kebutuhan terhadap jasa biro perjalanan haji dan umrah yang profesional, aman, dan terpercaya. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai perusahaan tour and travel yang menawarkan pelayanan perjalanan ibadah dengan berbagai sistem pemasaran dan strategi bisnis. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah sistem keagenan atau perantara dalam pemasaran produk dan jasa perjalanan haji dan umrah.

Dalam praktik ekonomi Islam, sistem perantara dikenal dengan istilah samsarah. Samsarah merupakan aktivitas perantara yang dilakukan seseorang untuk membantu menjual barang atau jasa dengan memperoleh imbalan tertentu. Praktik ini diperbolehkan dalam Islam selama dilakukan dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tidak mengandung unsur gharar, riba, maupun penipuan. Keberadaan agen dalam bisnis perjalanan haji dan umrah memiliki peran penting dalam membantu perusahaan memperluas jaringan pemasaran dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai layanan perjalanan ibadah.

Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa sistem keagenan yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, seperti ketidakjelasan akad, sistem komisi yang tidak transparan, serta pembagian hak dan kewajiban yang kurang jelas antara perusahaan dan agen. Permasalahan tersebut dapat menimbulkan perselisihan dan merugikan salah satu pihak apabila tidak didasarkan pada akad yang jelas dan sesuai dengan ketentuan fiqh muamalah. Oleh karena itu, penerapan akad samsarah dalam sistem keagenan perlu diperhatikan agar seluruh proses transaksi berjalan secara adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

Al Bahjah Tour and Travel merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah yang berada di bawah naungan Yayasan Al Bahjah Cirebon. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, perusahaan ini menggunakan sistem kemitraan berupa cabang, perwakilan, dan agen untuk membantu proses pemasaran dan pelayanan jamaah. Sistem kerja sama tersebut tentunya memerlukan akad yang jelas agar hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, sebagai lembaga yang berlandaskan nilai-nilai Islam, praktik bisnis yang diterapkan diharapkan mampu mencerminkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitasnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana praktik akad samsarah dalam keagenan haji dan umrah di Al Bahjah Tour and Travel serta untuk menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai praktik keagenan syariah yang sesuai dengan ketentuan fiqh muamalah dan dapat menjadi referensi bagi perusahaan travel lainnya dalam menerapkan sistem kemitraan yang sesuai dengan syariat Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis praktik akad samsarah dalam keagenan haji dan umrah di Al Bahjah Tour and Travel serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, perilaku, dan praktik kerja sama yang terjadi di lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pihak Al Bahjah Tour and Travel, agen, serta pihak-pihak yang terlibat dalam sistem keagenan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran dan mekanisme kerja sama antara perusahaan dan agen. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen perusahaan, arsip kerja sama, serta referensi lain yang berkaitan dengan akad samsarah dan hukum ekonomi syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung praktik akad samsarah yang diterapkan di Al Bahjah Tour and Travel. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan mendalam kepada informan yang berkaitan dengan penelitian guna memperoleh data yang akurat mengenai sistem kerja sama, mekanisme pemberian komisi, serta hak dan kewajiban para pihak. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa perjanjian kerja sama, foto kegiatan, brosur layanan, dan dokumen lain yang mendukung penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dari beberapa informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Al Bahjah Tour and Travel merupakan biro perjalanan haji dan umrah yang berada di bawah naungan Yayasan Al Bahjah. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pelayanan perjalanan ibadah haji, umrah, dan wisata religi dengan menerapkan sistem kemitraan berupa cabang, perwakilan, dan agen sebagai sarana memperluas jaringan pemasaran dan pelayanan kepada jamaah.

Berdasarkan hasil penelitian, praktik kerja sama antara perusahaan dan agen dilakukan melalui akad ju'alah dalam bentuk samsarah. Sebelum menjadi agen resmi, calon agen diberikan penjelasan mengenai sistem kerja sama, hak dan kewajiban, mekanisme pemasaran, serta besaran komisi yang akan diterima. Setelah adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, dilakukan akad kerja sama yang dituangkan dalam perjanjian tertulis.

Agen bertugas memasarkan produk perjalanan haji dan umrah kepada masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Selain itu, agen juga membantu proses administrasi jamaah, seperti pendaftaran, konsultasi keberangkatan, dan pembayaran biaya perjalanan. Komisi diberikan kepada agen berdasarkan jumlah jamaah yang berhasil didaftarkan dan telah ditetapkan secara jelas sejak awal akad.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sistem kerja sama yang diterapkan dilakukan atas dasar kesepakatan kedua belah pihak. Agen diwajibkan memberikan informasi yang benar mengenai produk dan layanan perusahaan kepada calon jamaah. Selain itu, tidak ditemukan adanya praktik yang mengandung unsur riba, penipuan, maupun ketidakjelasan dalam mekanisme pemberian komisi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, praktik kerja sama yang diterapkan di Al Bahjah Tour and Travel dapat dianalisis sebagai bentuk akad ju'alah dalam konsep samsarah. Akad ju'alah merupakan akad pemberian imbalan atas suatu pekerjaan tertentu yang hasilnya telah tercapai. Dalam konteks ini, agen memperoleh komisi setelah berhasil mendatangkan jamaah yang resmi terdaftar pada perusahaan.

Ditinjau dari perspektif fiqh muamalah, praktik tersebut telah memenuhi rukun dan syarat akad, yaitu adanya pihak yang berakad (perusahaan dan agen), objek akad yang jelas berupa jasa pemasaran dan perekrutan jamaah, tujuan akad yang halal, serta adanya sighat atau kesepakatan yang diwujudkan dalam bentuk perjanjian tertulis. Keberadaan perjanjian tertulis juga menjadi bentuk penerapan prinsip kehati-hatian untuk menghindari perselisihan di kemudian hari.

Sistem pemberian komisi yang telah ditentukan sejak awal menunjukkan adanya kejelasan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yang menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) dalam transaksi. Transparansi mengenai mekanisme kerja sama dan besaran komisi juga memberikan kepastian hukum bagi perusahaan maupun agen.

Dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, praktik samsarah di Al Bahjah Tour and Travel mencerminkan nilai amanah dan kejujuran. Agen berkewajiban menyampaikan informasi secara benar kepada calon jamaah sehingga terhindar dari unsur tadlis (penipuan) atau manipulasi informasi. Pelaksanaan kerja sama yang didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak juga menunjukkan terpenuhinya prinsip ridha dalam akad muamalah.

Apabila dibandingkan dengan teori samsarah dalam hukum ekonomi Islam, praktik yang diterapkan di Al Bahjah Tour and Travel memiliki kesesuaian yang kuat. Samsarah merupakan aktivitas perantara yang diperbolehkan selama dilakukan secara halal, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Praktik yang ditemukan menunjukkan adanya perantara yang membantu pemasaran jasa, adanya imbalan yang jelas, serta adanya akad yang disepakati bersama. Oleh karena itu, praktik akad samsarah di Al Bahjah Tour and Travel dapat dikategorikan sebagai praktik keagenan yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, praktik akad samsarah dalam keagenan haji dan umrah di Al Bahjah Tour and Travel dilaksanakan melalui sistem kemitraan berupa cabang, perwakilan, dan agen dengan menggunakan akad ju'alah sebagai dasar pemberian imbalan atau komisi. Sistem kerja sama tersebut dijalankan melalui perjanjian yang jelas antara perusahaan dan agen mengenai hak, kewajiban, mekanisme pemasaran, serta sistem pemberian komisi kepada agen yang berhasil mendapatkan jamaah haji atau umrah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik akad samsarah yang diterapkan di Al Bahjah Tour and Travel telah berjalan secara terstruktur dan transparan. Kejelasan akad, adanya kesepakatan kedua belah pihak, serta sistem komisi yang telah ditentukan sejak awal menjadi faktor yang mendukung terciptanya kerja sama yang baik antara perusahaan dan agen. Selain itu, praktik kerja sama yang diterapkan juga memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, yaitu membantu perusahaan memperluas pemasaran layanan perjalanan ibadah dan memberikan peluang penghasilan bagi agen.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, praktik akad samsarah di Al Bahjah Tour and Travel tidak mengandung unsur gharar, riba, maupun penipuan. Seluruh proses kerja sama dilakukan atas dasar kerelaan, keterbukaan, dan tanggung jawab masing-masing pihak. Dengan demikian, praktik akad samsarah yang diterapkan di Al Bahjah Tour and Travel dapat dinilai sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dan dapat menjadi contoh

penerapan sistem keagenan syariah dalam bisnis perjalanan haji dan umrah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Al Bahjah Tour and Travel diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas sistem kemitraan dan administrasi akad kerja sama agar praktik akad samsarah berjalan lebih profesional, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Perusahaan juga diharapkan dapat memberikan pembinaan serta pelatihan secara berkala kepada cabang, perwakilan, dan agen mengenai etika pemasaran syariah, mekanisme pelayanan jamaah, serta pentingnya menjaga amanah dan kejujuran dalam menjalankan tugas. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai praktik akad samsarah pada bidang jasa lainnya sehingga dapat memperluas kajian hukum ekonomi syariah dalam praktik bisnis modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspitasari, Y. R., & Ratnawili, R. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko Syarah Bakery. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 108–128. <https://doi.org/10.36085/Jems.V5i1.5986>
- Putri, R. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Handphone Pada Toko Dunia Cell Di Kota Surabaya (Issue 1).
- Yuhasnibar. (2021). Jual Beli Tanah Melalui Perantara (Samsarah) (Analisis Terhadap Penerapan Akad Wakalah, Jualah Dan Ijārah). *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 138.
- Abu Sa'id Al-Falahi, & Shaleh, A. R. (N.D.). *Halal Dan Haram*. Jakarta: Darul Haq.
- Al-Bukhari. (2005). *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*. Beirut: Dār Al-Fikr.
- Al-Duwaisyi. (2004). *Kumpulan Fatwa-Fatwa Jual Beli*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Berthania, R. (N.D.). *Kedudukan Makelar Dalam Perspektif Hukum Islam* (Hlm. 15–16). [Makalah Tidak Diterbitkan].
- Hamzah Ya'qub. (1992). *Kode Etik Dagang Menurut Islam: Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Ibnu Hajar Al-Asqalani. (1998). *Bulūgh Al-Marām*. Beirut: Dār Al-Fikr.
- Imam Sarakhsi. (1993). *Al-Mabsuth* (Jilid XV). Beirut: Dār Al-Kutub.
- Indryani, P. (2024). *Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Di PT Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat* [Skripsi Tidak Diterbitkan].
- Masjful Zuhdi. (1993). *Masail Fiqhiyah: Kumpulan Fatwa Dalam Bidang Muamalah*. Jakarta: CV. Haji Mas Agung