

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk yang diciptakan dengan potensi alamiah untuk berinteraksi dan menjalin hubungan dengan sesama manusia maupun dengan lingkungannya. Potensi ini menjadikan manusia sebagai makhluk sosial (*homo sociologicus*), yang secara fitrah tidak dapat hidup secara individual atau terisolasi dari komunitas sosialnya. Interaksi dengan individu lain menjadi suatu keniscayaan karena manusia senantiasa membutuhkan bantuan, dukungan, dan kerja sama dalam menjalani kehidupan sehari-hari.²

Sebagai makhluk sosial, manusia sangat bergantung pada hubungan timbal balik dengan orang lain guna memenuhi kebutuhan hidupnya, baik yang bersifat fisik, emosional, maupun intelektual. Ketergantungan ini tidak hanya terbatas pada aspek kebutuhan jasmani, tetapi juga mencakup dimensi psikologis yang berpengaruh terhadap keseimbangan emosional dan mental. Oleh karena itu, manusia terus-menerus terlibat dalam kegiatan sosial dan ekonomi, yang dalam terminologi Islam dikenal sebagai muamalah. Konsep muamalah mencakup seluruh bentuk interaksi atau transaksi antar-manusia yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, baik yang bersifat individual maupun kolektif.

Namun demikian, interaksi manusia dalam ranah muamalah tidak semata-mata ditujukan untuk memenuhi kepentingan duniawi atau materialistik. Dalam perspektif Islam, kehidupan manusia tidak hanya bertumpu pada pemenuhan kebutuhan lahiriah, melainkan juga harus diarahkan pada pencapaian tujuan

² Masfi Sya'fiatul Ummah, *Buku Dasar-Dasar Pengembangan Fiqh Muamalah, Sustainability (Switzerland)*, Vol. 11, 2019. Bantul, Mata Kata Inspirasi, 2022), H-5

spiritual yang lebih tinggi, yakni hubungan yang harmonis dan pengabdian kepada Sang Pencipta. Dengan demikian, kegiatan muamalah tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai ketuhanan yang menjadi landasan moral dalam setiap tindakan.

Kesadaran spiritual ini menjadi motor penggerak bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan yang lebih bermakna. Praktik *mu'amalah* pun diharapkan tidak hanya berdasarkan pada prinsip untung-rugi semata, melainkan dilandasi oleh etika Islam yang menekankan nilai keadilan, kejujuran, dan saling menguntungkan. Dalam konteks ini, Islam menuntut agar setiap bentuk transaksi atau interaksi sosial dilakukan secara adil, transparan, dan tidak merugikan salah satu pihak. Implementasi prinsip-prinsip syar'i dalam praktik muamalah menjadi bentuk nyata dari integrasi antara dimensi ibadah dan aspek sosial-ekonomi dalam kehidupan umat Islam.

Seiring dengan perkembangan zaman dan globalisasi, sektor industri mengalami transformasi signifikan, termasuk dalam bidang pariwisata dan perjalanan ibadah. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri jasa perjalanan ibadah seperti haji dan umrah. Perkembangan ini tidak lepas dari meningkatnya kesadaran umat Islam terhadap kewajiban ibadah, serta kemajuan infrastruktur dan teknologi yang memudahkan akses informasi dan transportasi.

Industri perjalanan ibadah umrah khususnya telah menjadi salah satu segmen penting dalam sektor pariwisata religi di Indonesia. Berbagai perusahaan travel bermunculan, khususnya di kota-kota besar, untuk menyediakan layanan umrah yang berkualitas dan kompetitif. Kegiatan pembiayaan perjalanan umrah

menjadi bagian yang sangat esensial bagi umat Islam yang ingin menunaikan ibadah tersebut. Namun, dalam pelaksanaannya, tidak jarang terjadi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, terutama dalam hal keterlambatan keberangkatan, ketidaksesuaian layanan, bahkan kasus penipuan yang merugikan jamaah.

Salah satu penyelenggara perjalanan ibadah umrah di Indonesia adalah ABITOUR Travel Umrah & Haji. Perusahaan ini menawarkan jasa layanan perjalanan umrah kepada masyarakat luas sebagai bagian dari upaya memfasilitasi pelaksanaan ibadah umat Islam. Namun, sebagaimana perusahaan lainnya dalam industri ini, ABITOUR Travel Umrah & Haji juga menghadapi tantangan yang berkaitan dengan kepercayaan masyarakat dan regulasi hukum. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan kajian lebih lanjut mengenai mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen jasa umrah, serta bagaimana perusahaan travel menjalankan kewajibannya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar syar'i dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.³

Dalam konteks pembiayaan umrah, akad Multi Level Marketing dapat menjadi alternatif yang lebih transparan dan syar'i. Akad Multi Level Marketing adalah suatu konsep dalam hukum syar'i yang memungkinkan pihak penyedia jasa untuk memindahkan hak guna atas jasa tersebut kepada pihak konsumen dengan imbalan biaya sewa yang transparan.⁴

³ Shutura Shura Melelo, Skripsi, "Strategi Digital Marketing Dalam Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pt. Biro Perjalanan Wisata Muhsinin Tour And Travel)" 5 (2023): 1–14.

⁴ Akad Multijasa, "Perjanjian Pembiayaan Umroh (Akad Ijarah Multijasa)," T.T.

Ijarah berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah, serta ijma' (kesepakatan ulama). Ijarah dalam konsep fiqih muamalah juga telah diterapkan di Indonesia. Contohnya, dalam Surat Al-Baqarah ayat 233, Allah SWT menyatakan bahwa jika seseorang ingin menyusukan anaknya kepada orang lain, maka tidak ada dosa jika memberikan imbalan yang patut. Ini menunjukkan bahwa ijarah adalah hal yang diperbolehkan dalam Islam.

Rukun dan Syarat Ijarah meliputi sighat ijarah harus jelas dan tidak ambigu, sehingga tidak ada kesalahpahaman antara pihak penyedia jasa dan pihak konsumen. Penentuan upah dalam pembayaran ijarah harus dilakukan secara transparan dan jelas. Upah ini harus disepakati di awal dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan dalam bentuk prosentase. Dalam konteks perjalanan ibadah umrah, pembiayaan Multi Level Marketing dapat digunakan untuk membiayai berbagai jenis jasa yang diperlukan, seperti biaya perjalanan, akomodasi, dan lain-lain. Pembiayaan ini harus dilakukan dengan mengikuti semua ketentuan yang ada dalam Fatwa Ijarah, seperti transparansi dalam penentuan upah dan jelasnya dalam pernyataan akad.⁵

Dalam beberapa tahun terakhir, praktik pemasaran berbasis insentif dalam industri perjalanan ibadah umrah semakin marak, salah satunya melalui skema ujroh (imbalan) yang ditawarkan oleh ABITOUR Travel Umrah dan Haji. Program ini menjanjikan komisi sebesar 8% kepada konsumen yang berhasil merekrut jamaah, dengan rincian 5% dimasukkan ke dalam tabungan umrah dan 3% dapat langsung dicairkan melalui akun khusus yang disediakan pihak penyelenggara dengan syarat mereka mendaftarkan sebagai agen dakwah serta

⁵ A H Yahya, "Persepsi Masyarakat Terhadap Pembiayaan Umroh Bmt Cabang Ketanggungan," 2022.

membayar uang senilai Rp.500.000. Bagi banyak masyarakat, tawaran ini tampak seperti jalan pintas untuk mewujudkan impian beribadah ke Tanah Suci tanpa perlu membayar penuh biaya perjalanan. Salah satu agen dakwah yang mengikuti program ini adalah Saudara A, yang dengan penuh semangat berhasil merekrut sejumlah jamaah dan memperoleh total ujroh senilai Rp 29.500.000. Dengan perhitungan awal, saudara A memperkirakan hanya perlu menambah dana sebesar Rp 8.400.000 untuk berangkat menggunakan paket Silver seharga Rp 37.900.000 dalam program umrah 15 hari plus Turki.

Namun dalam pelaksanaannya, terjadi dinamika yang menunjukkan adanya dominasi dari pihak penyelenggara terhadap agen dakwah dan jamaah. Menjelang keberangkatan, ABITOUR Travel Umrah & Haji melakukan perubahan sepihak dengan alasan teknis seperti kendala dalam pengurusan visa dan peningkatan kenyamanan perjalanan. Jamaah yang sebelumnya memilih paket Silver diarahkan untuk beralih ke paket VVIP yang memiliki biaya lebih tinggi, yakni Rp 47.500.000. Perubahan ini menempatkan saudara A dalam posisi yang sangat sulit. Karena mempertimbangkan keberangkatan jamaah dan menjaga kredibilitas pribadinya, saudara A akhirnya terpaksa menyetujui perubahan tersebut. Sebagai konsekuensi, ia harus menambah dana sebesar Rp 18.000.000, jauh dari kalkulasi awal, yang menyebabkan beban finansial yang tidak ringan serta kekecewaan mendalam akibat ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas yang dihadapi.⁶

Dari sudut pandang analisis etika bisnis dan perlindungan konsumen, kasus ini mencerminkan adanya pelanggaran terhadap prinsip transparansi,

⁶ Wawancara Agen Dakwah Pt. Abitour Travel Umrah & Haji, 25 Desember 2025

keadilan, dan keseimbangan hubungan antara penyelenggara dengan konsumennya. Penyalahgunaan posisi dominan oleh penyelenggara, ditambah kurangnya akses informasi yang memadai kepada agen dakwah, memperlihatkan ketimpangan struktural dalam transaksi tersebut. Skema ujroh yang seharusnya menjadi insentif positif justru bertransformasi menjadi sarana eksploitatif yang menguntungkan penyelenggara secara sepihak. Oleh karena itu, fenomena ini menegaskan perlunya peningkatan regulasi pemerintah, pengawasan ketat terhadap penyelenggara perjalanan ibadah, serta penguatan literasi konsumen untuk membangun ekosistem bisnis perjalanan ibadah yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada perlindungan hak-hak jamaah serta agen dakwah.

Selain itu, peraturan-peraturan yang ada masih belum sepenuhnya efektif dalam melindungi hak-hak konsumen. Misalnya, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah ditetapkan, namun implementasinya masih terdapat banyak kelemahan. Banyak penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang belum mendaftarkan izin kegiatan usahanya ke Kementerian Agama, sehingga mereka dapat melakukan perbuatan melawan hukum tanpa hukuman yang seimbang.⁷

Dalam konteks ini, perlindungan hukum bagi konsumen menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terpenuhi dan mereka tidak dirugikan oleh tindakan-tindakan ilegal dari penyelenggara perjalanan ibadah umrah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembiayaan perjalanan umrah dari perspektif hukum perlindungan konsumen,

⁷ “Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” 3, No. 8 (2020): 1–220.

dengan fokus pada ABITOUR Travel Umrah & Haji Travel Haji Dan Umrah. Penelitian ini akan membahas apakah penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah oleh ABITOUR Travel Umrah & Haji Travel Haji dan Umrah sudah sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada, serta bagaimana upaya penyelesaian hukum yang dilakukan oleh lembaga-lembaga perlindungan konsumen terhadap kasus-kasus yang melibatkan penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan perjalanan ibadah umrah, serta membantu mengurangi kerugian yang dialami oleh konsumen akibat tindakan-tindakan ilegal dari penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Bentuk potongan ujroh bagi perekrut jamaah ibadah umrah di ABITOUR Travel Umrah & Haji ?
2. Bagaimana tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap perekrut jamaah ibadah umrah di ABITOUR Travel Umrah & Haji ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Bentuk potongan ujroh bagi perekrut jamaah ibadah umrah di ABITOUR Travel Umrah & Haji.
2. Mengetahui tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap perekrut jamaah ibadah umrah di ABITOUR Travel Umrah & Haji .

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan intelektual dalam studi Hukum Ekonomi Syar'i pada penerapan akad *Multi Level Marketing* yang di gunakan oleh perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah haji & umrah.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan wawasan bagi para masyarakat umum terhadap adanya penerapan akad *Multi Level Marketing* di gunakan oleh perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah haji & umrah dengan tinjauan hukum perlindungan konsumen yang ada di negara indonesia yang kemudian sering di anggap biasa dengan faktor biaya dan prosedur pengaduan yang rumit.

E. Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka merupakan langkah penting dalam penelitian yang bertujuan untuk menghindari duplikasi, plagiasi, serta menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan. Dalam telaah pustaka ini, peneliti menemukan tiga bahasan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut adalah narasi telaah pustaka yang telah diperparah untuk menghindari duplikasi:

1. Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan telaah pustaka adalah skripsi milik Dewi Putri Gunawan Mahasiswi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syar'i dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2019 dengan judul "Perlindungan Hukum Konsumen Calon Jamaah Ibadah Umrah Oleh Penyelenggara Biro Perjalanan MT. Amanah." Menunjukkan bahwa Perlindungan hukum bagi konsumen sangat di butuhkan

agar hak-haknya terpenuhi. Mengikuti perkembangan ekonomi yang modern menjadikan kebutuhan hidup manusia sangat meningkat, berbagai persaingan dalam sektor ekonomi semakin ketat. Sebagai pelaku usaha menjadi sangat sengit dan tidak sedikit konsumen Yang di rugikan oleh perbuatan pelaku usaha yang berbuat kecurangan. MT. Amanah sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah melakukan perbuatan melawan hukum yang mengakibatkan calon jamaah ibadah umrah mengalami kerugian. Penelitian ini memperlihatkan bahwa pelanggaran terhadap asas kepercayaan konsumen dapat menyebabkan hilangnya perlindungan hukum substantif yang semestinya melekat pada transaksi jasa. MT. Amanah bertanggung jawab secara hukum untuk memberikan pelayanan sesuai perjanjian. Ketidakpatuhan biro terhadap regulasi membuktikan lemahnya enforcement pengawasan lembaga terkait dalam sektor travel umrah. Penelitian ini memperlihatkan bahwa pelanggaran terhadap asas kepercayaan konsumen dapat menyebabkan hilangnya perlindungan hukum substantif yang semestinya melekat pada transaksi jasa. MT. Amanah bertanggung jawab secara hukum untuk memberikan pelayanan sesuai perjanjian. Ketidakpatuhan biro terhadap regulasi membuktikan lemahnya enforcement pengawasan lembaga terkait dalam sektor travel umrah.⁸

2. Hasil Penelitian terdahulu berikutnya adalah skripsi milik Andika Segara Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada tahun 2020 dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Jamaah Haji Dan Umroh

⁸ D A N Hukum Dkk., “Jamaah Ibadah Umroh Oleh Penyelenggara Biro Perjalanan Mt . Amanah,” 2019.

Dalam Perjanjian Perjalanan Ibadah Melalui PT. Zafa Mulia Mandiri (Studi Pada Cabang Ketiga Zafa Tour Pt. Zafa Mulia Mandiri)” Menjelaskan Tentang bahwa PT. Zafa Mulia Mandiri menerapkan mekanisme perjanjian berbasis DP (Down Payment) dan pelunasan penuh sebelum keberangkatan. Proses validasi akad terjadi setelah kedua tahap pembayaran selesai sesuai jadwal yang dipilih jamaah. Namun, penelitian menemukan kelemahan dalam transparansi terkait alokasi dana dan mekanisme refund jika terjadi pembatalan. Penelitian ini mempertegas pentingnya keterikatan akad (perjanjian) dalam transaksi berbasis syariah. Dalam perspektif hukum perjanjian, kesepakatan yang dibuat dan dipenuhi kedua belah pihak akan melahirkan hak dan kewajiban yang harus dijaga, sesuai prinsip keadilan dan kepastian hukum. Kelemahan perlindungan baru muncul jika biro gagal menunaikan isi akad.⁹

3. Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan telaah pustaka adalah skripsi milik Halimah Nur Lutfiyah, mahasiswi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2021 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Multi Level Marketing Di Travel Haji Dan Umrah (Studi Kasus Di PT. Mabruro Cabang Ponorogo).” Penelitian ini mengkaji penerapan sistem Multi Level Marketing (MLM) di PT. Mabruro yang dinilai belum sesuai dengan hukum Islam karena mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) terkait akad dan bonus yang diberikan kepada perekrut calon jamaah. Akad yang digunakan adalah ijarah, namun pemberian bonus

⁹ Ralph Adolph, “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,” 2016, 1–23.

dinilai tidak memenuhi prinsip transparansi yang diharuskan dalam syariat. Dalam perspektif hukum Islam, setiap akad wajib memenuhi prinsip kejelasan (bayan) dan keterbukaan (transparansi). Adanya sistem bonus tanpa kejelasan kontraktual menimbulkan gharar yang dilarang dalam Islam. Ini menunjukkan bahwa ketidakjelasan dalam transaksi dapat menggugurkan perlindungan konsumen, meskipun akad awal tampak sah.¹⁰

4. Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan telaah pustaka adalah skripsi milik Aziz Allyyu, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Riau tahun 2020 dengan judul “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Terhadap Jamaah Umrah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2018 Oleh PT. Arminareka Perdana Cabang Tembilahan.” Penelitian ini menjelaskan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen oleh PT. Arminareka Perdana belum berjalan maksimal, dengan banyak kasus pengunduran jadwal keberangkatan tanpa pemberitahuan resmi, yang merugikan konsumen. Penyelesaian sengketa dilakukan melalui musyawarah dan penjadwalan ulang keberangkatan. Tindakan pelaku usaha yang mengundur jadwal tanpa persetujuan konsumen menyalahi asas keadilan dan transparansi dalam kontrak. Dalam hukum perlindungan konsumen, keterbukaan informasi dan pemenuhan perjanjian merupakan unsur yang harus dijunjung tinggi untuk mencegah kerugian sepihak.¹¹

¹⁰ M Ayuningsih, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Multi Level Marketing Di Travel Haji Dan Umrah (Studi Kasus Di Pt. Mabruro Cabang Ponorogo),” *Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2019.

¹¹ Aziz Allyyu, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Terhadap Jamaah Umrah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah Oleh Pt.Arminareka Perdana ,” 2020, 1–88.

5. Hasil Penelitian terdahulu berikutnya adalah skripsi Milik Fajar Sidiqi Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syar'i dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam Banda Aceh pada tahun 2023 yang berjudul : “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Keberangkatan Calon Jemaah Umrah Yang Disebabkan Covid - 19” Menjelaskan tentang Pandemi Covid-19 dapat dianggap sebagai alasan Force Majeure dalam pembatalan keberangkatan calon jemaah haji dan umrah karena peristiwa tersebut tidak terduga dan berdampak serius. Dalam konteks hukum kontrak, Force Majeure adalah keadaan yang tidak terduga dan tidak dapat diprediksi sebelumnya, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 1244 KUHPerdara. Pandemi Covid-19 telah menyebabkan kebijakan sosial distancing yang berdampak pada seluruh sektor kehidupan masyarakat, termasuk industri perjalanan. Dalam hal ini, pelaku usaha harus memperhatikan hak-hak konsumen untuk menghindari kerugian. Oleh karena itu, pihak travel dapat memberikan dua opsi kepada calon jemaah: mengembalikan uang atau menjadwalkan ulang keberangkatan. Dengan demikian, pihak travel menunjukkan tanggung jawabnya dalam menghadapi situasi yang tidak terduga ini dan memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan. Proses ini juga dapat membantu mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumen, serta menghindari sengketa yang mungkin timbul dari pembatalan keberangkatan yang tidak terduga. Dengan demikian, pandemi Covid-19 sebagai alasan Force Majeure memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil tindakan yang tepat dalam menghadapi situasi yang tidak terduga,

sambil memperhatikan hak-hak konsumen dan menghindari kerugian bagi mereka.¹²

Berikut adalah Tabel perbedaan dan kesamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu :

Tabel 1.1
Perbedaan dan kesamaan peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu

No	Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Dwi Putri Gunawan	Perlindungan Hukum Konsumen Calon Jamaah Ibadah Umrah oleh MT. Amanah	Fokus terdahulu pada izin usaha dan ketidakberangkatan jamaah, sekarang pada biaya tambahan pasca kesepakatan	Sama-sama membahas perlindungan konsumen terhadap akad perjalanan umrah
2	Andika Segara	Perlindungan Hukum Jamaah Haji dan Umroh oleh PT. Zafa Mulia Mandiri	Terdahulu fokus pada validitas akad sesuai syariah, sekarang fokus biaya tambahan	Sama-sama membahas perlindungan konsumen pada akad perjalanan
3	Halimah Nur Lutfiyah	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem MLM di Travel	Terdahulu fokus sistem rekrutmen dan bonus, sekarang fokus biaya tambahan	Sama-sama membahas perlindungan konsumen dalam layanan umrah

¹² F Sidiqi, “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Keberangkatan Calon Jemaah Umrah Yang Disebabkan Covid-19,” 2023.

		Umrah PT. Mabruro		
4	Aziz Allyyu	Pelaksanaan Perlindungan Konsumen oleh PT. Arminareka Perdana	Terdahulu fokus pada jadwal keberangkatan, sekarang pada biaya tambahan	Sama-sama menganalisis perlindungan konsumen pada perjalanan umrah
5	Fajar Sidiqi	Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Umrah karena COVID-19	Terdahulu fokus pandemi sebagai alasan force majeure, sekarang kasus normal dalam akad	Sama-sama membahas perlindungan konsumen akibat perubahan/peristiwa setelah akad