

PENGADAAN KELAS AMBU (AKADEMI MARKETING BISNIS UMROH) OLEH BB TOUR & TRAVEL GUNA MENINGKATKAN PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP MARKETING BISNIS UMROH

PROCUREMENT OF AMBU CLASS (UMROH BUSINESS MARKETING ACADEMY) BY BB TOUR & TRAVEL TO IMPROVE PUBLIC UNDERSTANDING OF UMROH BUSINESS MARKETING

Mutmainah^{1*}, Siti Fauziah Muthmainnah²

^{1*,2} Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember, Indonesia
Sitifauziahmmm06@gmail.com

Abstrak: Meningkatnya minat masyarakat terhadap Umroh membuat bisnis Travel Umroh di Indonesia ikut mengalami kemajuan. Pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh) oleh BB Tour & Travel adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap marketing bisnis umroh. Hal ini menjadi suatu kesadaran bagi BB Tour & Travel terhadap pentingnya edukasi mengenai marketing bisnis umroh. BB Tour & Travel menyadari pentingnya edukasi mengenai marketing dalam industri umroh, yang berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk menunaikan ibadah umroh. Kelas AMBU dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang efektif dan relevansi bisnis umroh dalam konteks ekonomi global. Melalui program ini, peserta diharapkan dapat menguasai teknik-teknik pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta memahami dinamika persaingan dalam industri perjalanan ibadah umroh. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta wawancara dan observasi terhadap peserta dan pengelola kelas AMBU. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa pengadaan Kelas AMBU dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang marketing bisnis umroh secara signifikan, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya saing BB Tour & Travel di pasar umroh.

Kata Kunci: Kelas AMBU, Bisnis, Umroh

Abstract: The increasing public interest in Umrah has made the Umrah Travel business in Indonesia also progress. The provision of the AMBU Class (Umrah Business Marketing Academy) by BB Tour & Travel is one of the efforts to increase public understanding of Umrah business marketing. This is an awareness for BB Tour & Travel of the importance of education about Umrah business marketing. BB Tour & Travel realizes the importance of education about marketing in the Umrah industry, which is growing rapidly along with the increasing public interest in performing the Umrah pilgrimage. The AMBU Class is designed to provide a deeper understanding of effective marketing strategies and the relevance of the Umrah business in the context of the global economy. Through this program, participants are expected to master marketing techniques that are in accordance with market needs and understand the dynamics of competition in the Umrah pilgrimage travel industry. By using a qualitative approach as well as interviews and observations of AMBU class participants and managers. The results of this service show that the provision of the AMBU Class can significantly increase public understanding of Umrah business marketing, which in turn can strengthen BB Tour & Travel's competitiveness in the Umrah market.

Keywords: AMBU Class, Business, Umrah

Article History:

Received	Revised	Published
20 Januari 2025	10 Maret 2025	15 Maret 2025

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan peminat Haji dan Umroh terbanyak di Dunia. Mayoritas pemeluk agama di Indonesia adalah Agama Islam. Pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh) oleh BB Tour & Travel adalah salah satu siasat agar banyak masyarakat teredukasi mengenai marketing bisnis umroh.

Dari sudut pandang ekonomi, bisnis umroh dianggap memiliki prospek yang cerah karena tingginya permintaan ibadah umroh di Indonesia yang terus meningkat tiap tahunnya, baik dari masyarakat kelas menengah maupun kelas atas. Wakil Menteri Agama, Zainut Tauhid Sa'adi, dalam berbagai kesempatan menyebutkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam bisnis umroh. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah masyarakat yang setiap tahunnya berangkat umroh, meskipun banyak tantangan yang dihadapi oleh pihak travel.

Dr. Bhima Yudhistira (Ekonom Institute for Development of Economics and Finance, INDEF) mengungkapkan bahwa, "Industri travel umroh memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian domestik, terutama di sektor perdagangan dan jasa. Ini bukan hanya soal perjalanan spiritual, tetapi juga bisnis yang mampu mendatangkan devisa dan menggerakkan ekonomi lokal."

Bisnis umrah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia (AMPHURI), jumlah jamaah umrah Indonesia mencapai 974.650 pada tahun 2018-2019. Meskipun sempat menurun akibat pandemi COVID-19, jumlah jamaah kembali meningkat pesat pada tahun 2023, mencapai 1,2 juta orang.¹

Selain itu, pemerintah Indonesia terus berupaya mengoptimalkan potensi ekonomi dari sektor haji dan umrah. Pada tahun 2024, Indonesia menjadi negara pengirim delegasi haji terbesar dengan kuota 241.000 jamaah. Untuk umrah, hingga Mei 2024, sekitar 595.834 jamaah Indonesia telah berangkat, dilayani oleh 2.579 perusahaan travel. Dirjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama, Hilman Latief, menekankan pentingnya mencermati potensi ekonomi sektor ini untuk kesejahteraan masyarakat.²

Sebagian pengusaha yang terjun dalam bisnis umroh menyatakan bahwa layanan yang baik terhadap para jamaah haji dan umroh sangat berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis travel umroh itu sendiri. Salah satunya adalah BB Tour & Travel yang selalu berusaha semaksimal mungkin dalam melayani para jamaah ataupun calon jamaah haji dan umroh.³

BB Tour & Travel berinisiasi dengan mengadakan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh) untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat akan pentingnya pengetahuan mengenai bisnis umroh dan umroh itu sendiri. Tidak hanya itu, dalam pengadaan Kelas AMBU juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya kita mengetahui bagaimana caranya memilih biro travel umroh yang aman dan terpercaya juga sudah terdaftar di Kementerian Agama.

Dengan adanya kemajuan digitalisasi, banyak travel umroh yang mulai mengembangkan aplikasi dan juga situs web untuk mempermudah pendaftaran administrasi dan juga pembayaran. Dengan adanya digitalisasi, biro travel juga dapat lebih luas dalam memasarkan

¹Peningkatan Data Jamaah Umrah Indonesia, Shafiq.id, diakses pada 20 Maret 2025, <https://www.shafiq.id/berita/192/peningkatan-data-jamaah-umrah-indonesia/baca>.

²<https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/1-8-juta-jamaah-haji-2024-63-dari-asia-1>

³"Nferanita,+4.+Nurul+-

+MEMPREDIKSI+PERSEPSI+UMAT+MUSLIM+INDONESIA+TERHADAP+KEBIJAKAN+PEMERINTAH+TERKAIT+KENAIKAN+BIAYA+PENYELENGGARAAN+," n.d.

paket umroh yang tersedia sehingga memudahkan para calon jemaah untuk memilih paket atau program umroh yang diminati.⁴

BB Tour & Travel adalah salah satu biro travel haji dan umroh terbaik di Indonesia yang memiliki banyak program menarik bagi para calon jemaah ataupun masyarakat luas. Dengan adanya pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh) yang diselenggarakan oleh BB Tour & Travel membuat fenomena ini menarik dan pengabdian ini dilakukan dengan judul Pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh) oleh BB Tour & Travel guna Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Marketing Bisnis Umroh. Pelaksanaan yang dilakukan oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sedang melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) menunjukkan bahwa dengan diadakannya Kelas AMBU dapat memberikan edukasi serta pemahaman terhadap masyarakat mengenai Bisnis Umroh.

Metode

Metode Pengabdian

Saat melaksanakan kegiatan pengabdian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif komulatif, yang mana mengumpulkan data dari berbagai sumber dalam lingkungan sekitar yang bertujuan untuk memahami dan menafsirkan fenomena yang sedang terjadi.

Adapun teknik analisis data dalam pengabdian ini menggunakan wawancara dengan pihak yang bersangkutan, observasi langsung serta dokumentasi langsung yang kemudian disajikan dalam bentuk informasi deskripsi.⁵

Mengutip dari sumber jurnal, analisis data menurut Patton adalah suatu proses untuk mengatur urutan data, lalu diorganisir pada suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode deskriptif, yang mana menggambarkan kondisi objek pengabdian secara faktual. Informasi yang diperoleh berasal dari pengumpulan data yang kemudian diolah dan diinterpretasikan.

Dengan menggunakan metode ini, besar harapan kami bahwa hasil pengabdian dapat bermanfaat bagi kami serta pihak yang terlibat.

Hasil dan Pembahasan

Pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh)

Kelas Akademi Marketing Bisnis Umroh atau yang biasa disebut Kelas AMBU adalah suatu wadah yang disediakan oleh BB Tour & Travel guna memberikan edukasi kepada masyarakat yang masih awam mengenai marketing bisnis umroh dan tata cara memilih biro travel haji dan umroh yang benar.

Pemerintah Arab Saudi merilis informasi mengenai data jemaah haji dan Umroh pada tahun 2024, yang mana populasi jemaah terbesar dari kawasan Asia, yakni mencapai 63,3%. Dari jumlah tersebut, "Indonesia adalah penyumbang jemaah umroh terbanyak, dengan kuota mencapai 241.000," papar Hilman.

Hal diatas menjadi dasar diadakannya Kelas AMBU. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap umroh, tentu edukasi terhadap masyarakat mengenai umroh dan marketingnya menjadi penting. Disamping itu, diadakannya Kelas AMBU akan berdampak positif bagi masyarakat. Hal ini dapat membuka banyak peluang bisnis bagi masyarakat luas. Tidak hanya itu, dengan adanya Kelas AMBU, akan banyak masyarakat yang teredukasi mengenai teknis-teknis ataupun pelatihan Umroh yang baik dan benar.

⁴Dinni Agustin, Budi Nurdian, and Tina Rosa, "Pelatihan Pemasaran Bisnis Travel Haji Dan Umroh Berbasis Online Dan Kerja Sama," vol. 8, 2024, <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>.

Terhubung dengan Teori Andragogi yang dikemukakan oleh Knowles (1980) yang berfokus pada pembelajaran orang dewasa.⁶ Kelas AMBU menyasar orang dewasa dalam edukasinya karena lebih memiliki pengalaman dalam dunia kerja, sehingga pelatihannya lebih aplikatif dan relevan.⁷

Kelas AMBU adalah salah satu kegiatan pengabdian masyarakat yang berbasis akademik. Program ini memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan masyarakat. Iskandar (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengabdian Masyarakat yang berupa Pelatihan dan Pemberdayaan sangat penting dalam membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuan dan meningkatkan kesejahteraan mereka.⁸

Adapun beberapa hal penting yang diberikan oleh BB Tour & Travel dalam mengedukasi masyarakat lewat kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh).⁹

1. Pemasaran (Marketing)

Pemasaran merupakan suatu proses mengelola program atau produk agar nantinya mendapat pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen. Edukasi mengenai pemasaran umroh ini dapat memberikan pemahaman lebih terhadap masyarakat bagaimana *marketing* dalam bisnis umroh dilaksanakan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu rangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang memberi keuntungan pada perusahaan. Pemasaran dalam bisnis umroh memiliki perbedaan dengan pemasaran pada umumnya, yang mana pemasaran dalam bisnis umroh mengedepankan nilai-nilai syariah, kualitas layanan dan juga kepercayaan konsumen.¹⁰

Dalam bisnis umroh, pemasaran terkait juga dengan *relationship marketing*. Tidak hanya memasarkan, tetapi harus menjalin hubungan baik dengan para pelanggan dan memastikan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan perusahaan.

2. Strategi Pemasaran dalam Bisnis Umroh

Strategi Pemasaran dalam bisnis Umroh memiliki kriteria khusus karena harus sesuai dengan kebutuhan spiritual jemaah. Ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam menjalankan strategi pemasaran, yaitu:

- a. Kepercayaan dan Nilai Spiritual
- b. Pemasaran digital dan sosial media
- c. Segmentasi pasar

3. Pendidikan dan Pelatihan dalam Pemasaran

Pelatihan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan keterampilan individu dalam suatu bidang, salah satunya dalam bidang pemasaran. Wibowo (2020) mendefinisikan pelatihan sebagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta agar dapat mempraktikkan ilmu yang sudah didapat. Dalam konteks bisnis umroh, pelatihan tentang pemasaran dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap strategi pemasaran yang efektif.

⁶/csl-citation.json"}Dinni Agustin, Budi Nurdian, and Tina Rosa, "Pelatihan Pemasaran Bisnis Travel Haji Dan Umroh Berbasis Online Dan Kerja Sama," vol. 8, 2024, <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>.

⁶ <https://kemenag.go.id/>

⁷Ikhwan Noviardi and Muhammad Syaqui, "Analisis Cash Flow Dana Umrah (Studi Pada Travel AZ Takengon)" 12, no. 2 (2022): 18–23.

⁸"Yewidwitayanti,+4.+Sri+Hartaty+oke+revisi+(27-33)," n.d.

⁹Oleh, "STRATEGI DAN MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)," n.d.

¹⁰Azrul Afrillana Awaludin and Ahmad Khairul Hakim, "Analisis Strategi Survival Pada Bisnis Travel Haji Dan Umrah Saat Pandemi Covid-19 Di Shafira Tour & Travel," *Journal of Islamic Management* 3, no. 1 (2023): 1–13, <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1198>.

Pelatihan ini tidak hanya teori, tapi dapat langsung diaplikasikan dalam promosi dan penjualan.

4. Teori Pengabdian Masyarakat

Pengabdian masyarakat merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk membantu dan juga didedikasikan kepada masyarakat. Menurut Iskandar (2017), pengabdian masyarakat melalui pelatihan dan pemberdayaan sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat¹¹. Program Kelas AMBU yang diselenggarakan oleh BB Tour & Travel bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan pengetahuan tentang pemasaran bisnis umroh, sehingga mereka dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing dalam industri travel. Tidak hanya itu, dengan adanya Kelas AMBU, juga memberikan peluang bisnis yang luas bagi masyarakat serta memberi pemahaman bagaimana cara memilih biro travel umroh yang terpercaya. Di Indonesia sendiri marak penipuan mengenai travel umroh, tidak sedikit jemaah umroh yang gagal berangkat karena awam dalam memilih biro travel, sehingga disana terjadilah banyak penipuan.¹²

Kegiatan “Pengadaan Kelas AMBU (Akademi Marketing Bisnis Umroh)” adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakatan terkait *marketing* atau pemasaran bisnis umroh. Dengan adanya Kelas AMBU, ini juga dapat memperluas koneksi BB Tour & Travel dalam memasarkan produknya dengan tenaga pemasaran yang terampil.¹³

Adapun beberapa metode pelaksanaan yang dilakukan oleh BB Tour & Travel adalah sebagai berikut:

1. Kelas Tatap muka dan Daring
 - a) Kelas dilakukan secara langsung maupun daring guna menjangkau peserta yang lebih luas. Dengan diadakannya kelas daring, maka peserta dari berbagai daerah yang cukup jauh tetap dapat mengikuti pelatihan.
 - b) Penyampaian materi dilakukan oleh para praktisi dan juga ahli dalam bidang bisnis umroh. Dengan begitu, materi dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah untuk dipahami.
2. Modul dan Materi Pembelajaran
 - a) Konsep dasar pemasaran bisnis umroh
 - b) Teknik digital marketing dalam bisnis umroh
 - c) Strategi branding dan promosi layanan umroh
 - d) Etika dan regulasi dalam pemasaran bisnis umroh
3. Simulasi dan Studi Kasus
 - a. Analisis kasus pemasaran sukses dalam bisnis umroh
Dalam pelatihan tentu saja ada yang namanya studi kasus atau simulasi. Fungsinya adalah untuk memahami secara langsung bagaimana kondisi atau keadaan yang terjadi saat pemasaran berlangsung.
Pemasaran yang baik akan menimbulkan penjualan yang baik juga. Dalam bisnis umroh, pemasaran adalah salah satu hal vital. Maka dari itu, pelatihan ini juga harus berfokus terhadap pemasaran yang baik dan menarik serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
 - b. Simulasi praktik pemasaran untuk meningkatkan keterampilan peserta.
Dalam Kelas AMBU juga diberikan pelatihan bagaimana memasarkan produk yang baik guna meningkatkan keterampilan peserta. Hal ini penting untuk

¹¹Agustin, Nurdian, and Rosa, “Pelatihan Pemasaran Bisnis Travel Haji Dan Umroh Berbasis Online Dan Kerja Sama.”

¹²“8LOA++106+publis,” n.d.

¹³“Edyfirza,+5+Masayu+Denti,” n.d.

dipelajari karena dalam bisnis umroh, erat kaitannya pemasaran dengan penjualan. Maka dari itu, kelas AMBU memberikan simulasi praktik pemasaran yang jelas kepada seluruh peserta.¹⁴

4. Sertifikasi dan Kemitraan

1. Peserta yang telah menyelesaikan pelatihan nantinya akan mendapatkan sertifikat kompetensi. Sertifikat ini akan sangat berguna bagi para peserta untuk kemudian digunakan saat melamar pekerjaan, ataupun ingin mengikuti *event* tertentu.
2. Diberikan peluang untuk menjadi mitra resmi BB Tour & Travel ketika sudah menyelesaikan program. Ini akan menjadi peluang bisnis bagi setiap individu yang berminat untuk masuk dalam dunia bisnis travel umroh.

5. Evaluasi dan Monitoring Kegiatan

1. Dilakukan melalui umpan balik peserta setelah pelatihan
Setelah pelatihan berlangsung, akan diadakan sesi tanya jawab bagi peserta yang ingin bertanya seputar marketing bisnis umroh, dan juga pelatihan umroh. Hal ini dilakukan untuk memonitor kegiatan pelatihan, yang kemudian nanti akan dievaluasi kemudian.
2. Pemantauan perkembangan keterampilan peserta melalui tes dan studi kasus.
Keterampilan para peserta nantinya akan dilihat apakah mereka paham bagaimana caranya melakukan pemasaran yang baik dan menarik secara langsung.
3. Evaluasi efektivitas program berdasarkan jumlah mitra baru dan peningkatan omset BB Tour & Travel.
Akan terlihat dari jumlah omset dan juga kemitraan yang ada apakah Pengadaan kelas AMBU berhasil atau tidak. Dari hasil yang dilihat, pengadaan Kelas AMBU telah memberikan peningkatan pada setiap kemitraan dan juga omset yang meningkat dari tahun sebelumnya.

Besar harapan dengan adanya Kelas AMBU, dapat semakin banyak menarik minat masyarakat yang ingin memahami pemasaran bisnis umroh secara efektif dan mampu mengaplikasikan ilmunya guna meningkatkan peluang keberhasilan di industri perjalanan umroh.

BB Tour & Travel selalu memberikan yang terbaik bagi semua konsumen dan juga mitra mereka. Ada beberapa hal yang dilakukan BB Tour & Travel melalui kelas AMBU agar dapat meluas jangkauannya.

1. Mengadakan *meeting* sebelum melakukan acara

¹⁴<https://simpu.kemenag.go.id/>



Gambar 1. Pelaksanaan *Meeting* kantor sekaligus liburan bersama

Kelas ambu diadakan di berbagai kota yang berbeda, sehingga dalam pelaksanaannya membutuhkan perencanaan yang matang. Jauh sebelum acara Kelas AMBU diadakan, pihak kantor selalu melakukan *meeting* guna mempersiapkan dan merencanakan acara tersebut agar terlaksana dengan baik dan efektif.

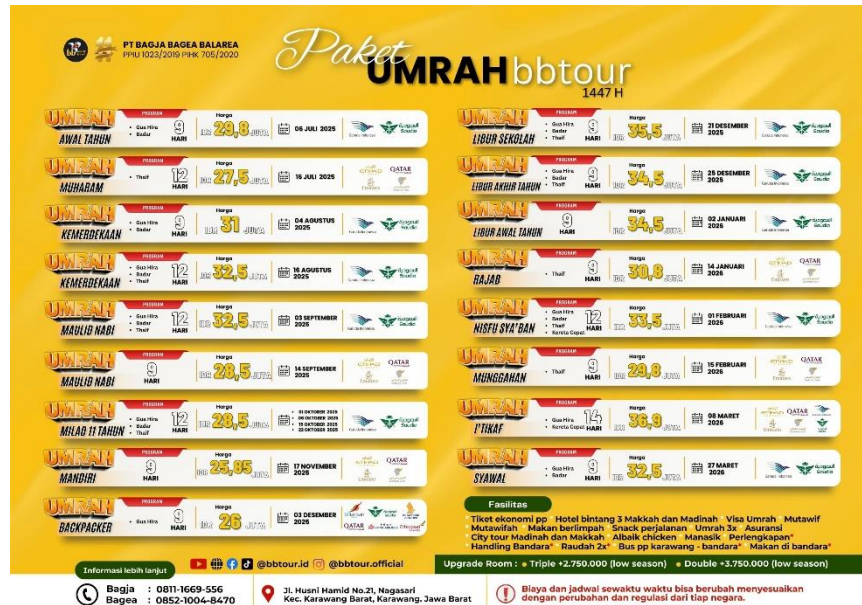
2. Kegiatan kelas AMBU di Banjarnegara



Gambar 2.Kegiatan Kelas AMBU terbaru

Melakukan kegiatan Kelas AMBU terbaru yang bertempat di Banjarnegara. Sudah banyak tempat yang dikunjungi oleh Kelas AMBU guna memperluas koneksi perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan Kelas AMBU yang dilaksanakan di Banjarnegara ini tidak dipungut biaya sepeserpun, maka dari itu, peserta yang ikut juga membludak.

3. Brosur yang digunakan untuk praktik promosi produk



Gambar 3. Brosur yang digunakan saat pelatihan

BB Tour & Travel menyediakan berbagai paket umroh. Dalam pengadaan Kelas AMBU, para praktisi mencontohkan bagaimana cara memasarkan produk yang disediakan oleh BB Tour & Travel agar dapat berjalan dengan baik. Brosur yang digunakan dalam pemasaran dapat berbentuk digital maupun fisik. Hal ini akan mudah untuk menjangkau pasar yang lebih luas

4. Mengadakan Buka Bersama dengan Peserta dan Alumni kelas AMBU



Gambar 4. Menngisi acara bukber Kelas AMBU

BB Tour & Travel mengadakan Bukber dalam rangka silaturahmi dengan para peserta Kelas AMBU dan juga para Alumni. Dilakukannya acara ini

dapat dijadikan ajang kesempatan bagi para peserta untuk memasarkan produk umroh yang tersedia di BB Tour & Travel.

Acara-acara yang dilakukan oleh BB Tour & Travel dengan tema Pengadaan kelas AMBU dapat memberikan *trend* positif bagi masyarakat untuk selalu berusaha melakukan yang terbaik. Acara ini juga dapat memberikan peluang bisnis kepada masyarakat yang tertarik dalam bidang bisnis umroh. Karena saat ini, Indonesia menjadi negara terbesar di dunia sebagai penyumbang jemaah Umroh dan haji. Maka dari itu, pengadaan kelas ini sangat bermanfaat bagi sekitar.

Kesimpulan

Pengadaan Kelas AMBU (Akademi *Marketing* Bisnis Umroh) berupaya untuk memberikan manfaat bagi masyarakat yang berminat untuk terjun kedalam *marketing* bisnis umroh. Dengan jumlah minat jemaah umroh di Indonesia yang terus meningkat tiap tahunnya, ini membuat banyak peluang usaha yang dapat dilakukan oleh para mitra.¹⁵

Pelatihan dilakukan dengan tertib dan kondusif karena telah melalui perencanaan yang matang sebelumnya. Dalam pelatihan ini, banyak sekali benefit yang didapat oleh para peserta yang kemudian nantinya dapat dimanfaatkan.

Berdasarkan pengabdian yang dilaksanakan, Pengadaan Kelas AMBU (Akademi *Marketing* Bisnis Umroh) dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat khususnya para peserta. Dengan banyaknya edukasi yang diberikan, praktik dan studi kasus yang diberikan membuat peserta akan mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman.

Ucapan Terimakasih

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahnya, serta kebaikannya sehingga penyusun sanggup menyelesaikan hingga menyusun laporan sesuai tanggal waktu yang ditentukan. Penyusun mengangkat judul "Pengadaan Kelas AMBU (Akademi *Marketing* Bisnis Umroh) guna Meningkatkan Pemahaman Masyarakat terhadap *Marketing* Bisnis Umroh".

Pengabdian ini berjalan selama empat puluh hari kerja yang berlokasi di PT Bagja Bagea Balarea (BB Tour & Travel). Penyusunan laporan ini juga banyak dibantu oleh berbagai pihak, baik secara moril dan materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga laporan ini dapat selesai.

Berikut penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan.
2. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku rektor UIN KHAS Jember.
3. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Dr. MF Hidayatullah, SHI, MSI. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KHAS Jember.
5. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah UIN KHAS Jember.
6. Bapak Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I. selaku Ketua LP2M Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
7. Mutmainah, S.E., M.E., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama melaksanakan PPL serta dalam penyusunan laporan.

¹⁵Uswatus Niswah, Nurbini, and Ahmad Zainuri, "Strategi Dakwah Kiai Akhid Ismani Dalam Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Tlogoharum Pati," *Journal of Islamic Management* 3, no. 1 (January 31, 2023): 14–30, <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1116>.

8. Hj. Ine Mulyati, S.H., M. Kn., selaku komisaris PT. Bagja Bagea Balarea.
9. Ibu Pipih Dahlia, S.Ak., selaku Dosen Pamong yang selalu memberikan arahan dan juga bimbingan dalam kelancaran pelaksanaan PPL.
10. Teman-teman sekalian dan seluruh pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Referensi

“8LOA++106+publis,” n.d.

Agustin, Dinni, Budi Nurdian, and Tina Rosa. “Pelatihan Pemasaran Bisnis Travel Haji Dan Umroh Berbasis Online Dan Kerja Sama.” Vol. 8, 2024. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>.

Awaludin, Azrul Afrillana, and Ahmad Khairul Hakim. “Analisis Strategi Survival Pada Bisnis Travel Haji Dan Umrah Saat Pandemi Covid-19 Di Shafira Tour & Travel.” *Journal of Islamic Management* 3, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1198>.

“Edyfirza,+5+Masayu+Denti,” n.d.

“Nferanita,+4.+Nurul+-

+MEMPREDIKSI+PERSEPSI+UMAT+MUSLIM+INDONESIA+TERHADAP+KEBIJAKA
N+PEMERINTAH+TERKAIT+KENAIKAN+BIAYA+PENYELENGGARAAN+,” n.d.

Niswah, Uswatus, Nurbini, and Ahmad Zainuri. “Strategi Dakwah Kiai Akhid Ismani Dalam Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Tlogoharum Pati.” *Journal of Islamic Management* 3, no. 1 (January 31, 2023): 14–30. <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1116>.

Noviardi, Ikhwan, and Muhammad Syauqi. “Analisis Cash Flow Dana Umrah (Studi Pada Travel AZ Takengon)” 12, no. 2 (2022): 18–23.

Oleh. “STRATEGI DAN MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen),” n.d.

Pratama, Risca Putri, and Fathurrohman Husen. “Pemasaran Bisnis Travel Haji Dan Umroh Berbasis Online Dan Kerja Sama.” *Idarotuna* 5, no. 2 (2023): 139. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.24600>.

Putri, Dini Kurnia, and Abdul Rozaq. “Studi Komparatif Pemasaran Paket Umroh Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Mahabbah Wisata Semarang Dan PT. Arrahmah Kendal.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 18, no. 4 (June 3, 2024): 2339. <https://doi.org/10.35931/aaq.v18i4.3599>.

“Yevidwitayanti,+4.+Sri+Hartaty+oke+revisi+(27-33),” n.d.

Peningkatan Data Jamaah Umrah Indonesia, Shafiq.id, diakses pada 20 Maret 2025,

<https://www.shafiq.id/berita/192/peningkatan-data-jamaah-umrah-indonesia/baca>

<https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/1-8-juta-jamaah-haji-2024-63-dari-asia-1>

<https://siskopatuh.kemenag.go.id>

Shkulipa, “*Evaluation of accounting journals by coverage of accounting topics in 2018-2019*” *scientometrics* (2021)