

Executive Summary

Kajian Ekosistem Keuangan Haji dan Umrah

Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi daftar bisnis seputar kegiatan haji dan umroh beserta perhitungan potensi bisnisnya. Aspek risiko dan masalah juga dipertimbangkan pada kajian ini. Ekosistem haji dan umroh adalah ekosistem dari kumpulan entitas bisnis dan organisasi yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umroh di Indonesia. Ibadah haji melibatkan produksi multi-sektor berbentuk barang seperti pakaian dan makanan, hingga penyediaan jasa seperti jasa keuangan dan jasa kesehatan.

Ibadah haji dapat dibedakan menjadi 3 paket yaitu: Haji reguler, haji khusus (haji plus) dan haji furoda. Ibadah umroh dapat dibedakan menjadi 4 paket yaitu: Umroh reguler, umroh paket wisata, umroh Ramadhan (*pahala seeking*) dan umroh tematik (misal umroh dalam rangka menghafal hadits arbain).

Gambar 1. Ekosistem Penyelenggaraan Haji dan Umroh



Sumber: Hasil analisa PEBS FEB UI

Analisis *value chain* dilakukan untuk memetakan ekosistem haji dan umroh yang dilakukan berdasarkan tahapan pelaksanaan haji dan umroh. Rangkaian ini mencakup persiapan sebelum keberangkatan sampai dengan kepulangan ke tanah air. Berdasarkan analisis dari *travel log* konsumen dan laporan keuangan penyelenggaraan ibadah haji tahun 1438 H / 2017 M dapat diketahui aspek-aspek dalam rantai pasokan ibadah haji dan umroh yang memiliki potensi bisnis. Berikut ini delapan potensi bisnis di seputar kegiatan haji dan umroh:

1. Bisnis Digital

Utilisasi *Global Distribution System* (GDS) atau jaringan terkomputerisasi yang memfasilitasi transaksi antara penyedia layanan perjalanan dan agen perjalanan (baik agen perjalanan *online* seperti Expedia dan agen perjalanan manusia).

GDS membantu manusia dan agen perjalanan *online* seperti Agoda.com dan booking.com untuk meninjau informasi, membandingkan harga dan jadwal, dan melakukan pembelian dari berbagai vendor secara *real time* untuk dengan cepat dan efisien membuat rencana perjalanan untuk klien mereka. Saat ini ada tiga platform GDS yang beroperasi di dunia yaitu Amadeus, Sabre dan Travelport. Selain GDS, ada Online Travel Agent (OTA) yang memanfaatkan platform GDS ini untuk mencari reservasi termurah.

Dalam pengoperasiannya, GDS menggunakan basis data yang luas, sehingga memiliki konsekuensi pembayaran yang cukup mahal, yakni rata-rata 30% per *booking*. Hal ini mengimplikasikan bahwa *platform* GDS cukup baik untuk dimanfaatkan bagi pemesanan/*booking* berskala besar. OTA adalah *online travel agent* yang dapat memanfaatkan GDS dan hotel konvensional untuk dapat melakukan pemesanan tiket apapun secara online. OTA menerapkan sistem komisi 15-20% kepada hotel untuk setiap booking, sedangkan hotel konvensional pada umumnya memanfaatkan META atau Meta Search Engines.

Gambar 5. Hubungan antara Hotel Konvensional, GDS, OTA dan META



Profitabilitas

Di bawah ini merupakan perhitungan margin yang akan didapat oleh pemerintah Arab Saudi jika mewajibkan pemesanan tiket pesawat dan tiket hotel melalui platform unicorn.

Tabel 1. Asumsi Profitabilitas Pemesanan Tiket Online untuk Haji (dalam Rupiah)

Layanan Transportasi End to End	Harga (realisasi biaya)*	Asumsi Margin	Total Margin
Tiket Pesawat	5,3 triliun	3%	159 miliar
Akomodasi Hotel	701 miliar	15%	105 miliar
Transportasi Bus	382 miliar	5%	19,1 miliar
Total Asumsi Keuntungan			283 Milliar

*berdasarkan laporan keuangan penyelenggaraan haji Kemenag RI

Di bawah ini merupakan perhitungan potensi margin yang didapat dari pemesanan tiket online untuk umroh.

Tabel 2. Asumsi Profitabilitas Pemesanan Tiket Online untuk Umroh (dalam Rupiah)

Layanan Transportasi End to End	Harga Retail	Asumsi Margin	Jamaah per tahun	Total Margin
Tiket Pesawat (Saudi Air PP)	13.000.000	3%	1.100.000	429 miliar
Akomodasi Hotel (Madinah Movenpick)	15.000.000	15%	1.100.000	2,5 triliun
Transportasi Bus	3.000.000	5%	1.100.000	110 miliar
Total				3,01 triliun

Potensi bisnis digital selanjutnya adalah utilisasi *Wearable Gadget*. Gelang identitas yang digunakan oleh Jamaah haji dan Umrah bisa menjadi pengganti paspor dan memiliki QR code yang terhubung dengan SISKOHAT dan *e-hajj* pemerintah Arab Saudi, sehingga memudahkan pendataan identitas. Selain berfungsi sebagai identitas, *wearable gadget* bisa juga menjadi: *GPS Tracker Location*, pemantauan kesehatan dan transaksi pembayaran.

Harga Retail smartwatch berbasis android/IOS dengan fitur sederhana (IMOO smart watch untuk anak-anak) berada pada kisaran Rp 500.000 dengan margin asumsi margin 15%.

Tabel 3. Asumsi Profitabilitas Wearable Gadget (dalam Rupiah)

Harga Retail	Margin	Kuantitas Jamaah	Total
500.000	15%	1.100.000 (umroh)	82,5 miliar
		221.000 (haji)	16,5 miliar
Total			99 miliar

Risiko

Terkait dengan investasi dibidang digital, mobile, Internet of Things (IoT), big data dan model bisnis *collaborative*; baik dengan model kerjasama syirkah (I), pembiayaan (I), atau investasi langsung (FDI) pada unicorn, ada beberapa risiko yang akan dihadapi khusus, yang tidak akan ditemui pada bisnis konvensional. Diantaranya adalah:

1. Determinasi Valuasi

Valuasi start up tidak ditentukan oleh *market capitalization* (dimana *supply* dan *demand* ditentukan oleh pasar), melainkan oleh beberapa *venture capitalist* saja. Hingga kini bahkan unicorn di Indonesia belum masuk bursa sehingga *public information* dan *historical information* sulit didapat.

2. Risiko Bisnis

Asumsi yang digunakan oleh venture capital ketika berinvestasi ke unicorn adalah portfolio yang mereka gunakan akan mengkompensasi 4 kegagalan unicorn dan satu keberhasilan, dimana harapan satu keberhasilan tersebut memiliki return yang sangat tinggi dan dapat menutup 4 kegagalan lainnya.

3. Risiko baru yang tidak diketahui

Bisnis konvensional memiliki potensi risiko baru yang tidak diketahui, namun risiko yang dihadapi pada dunia digital, Internet of things, dan model bisnis kolaborasi; belum banyak diketahui dan dipetakan. Sebagai analogi, peluang kegagalan bisnis konvensional yang terdaftar di bursa efek adalah 1:20 sedangkan bisnis start up adalah 1:3. Risiko lain yang dihadapi adalah belum adanya *out-taker* atau persetujuan Kemenag RI sebagai regulator haji dan umroh.

Masalah

Investasi di bidang transportasi *end to end*, akan memberikan efisiensi biaya yang dapat dirasakan langsung oleh jamaah umroh, terutama yang menginginkan independensi dalam merancang perjalanan ibadahnya. Masalah yang dirasakan oleh jamaah haji tidak langsung pada penurunan biayanya, namun pemerintah dalam hal Kemenag RI yang akan merasakan perbedaan biaya tersebut.

2. E-money

Living cost yang diberikan kepada jamaah dalam bentuk bank notes sebesar 1500 SR merupakan 'uang jajan' jamaah selama di tanah suci. Selain itu jamaah pun biasanya memiliki uang tambahan. Namun uang tersebut tidak dalam bentuk pecahan kecil sehingga jamaah harus menukarkan uang tersebut.

Belum ada data pasti potongan transaksi, namun layanan QR Code dari Alipay (China) mematok fee sebesar 0,55%, 0,1% hingga 2% dari setiap transaksi yang dilakukan merchant. Di Indonesia ada tarif yang bernama *Merchant Discount Rate (MDR)* yang dikenakan kepada pedagang dan tarifnya diatur oleh Bank Indonesia.

Profitabilitas

Jika dianggap bahwa potongan transaksi hingga 2% dapat diambil dari setiap transaksi, maka keuntungan yang dapat diambil dari jamaah haji Indonesia adalah:

Tabel 4. Profitabilitas dari *E-Money*

Item Belanja	Biaya (SR)	Margin 2%	Jamaah (jiwa)	Total (Rp)
Makan 5*3*20	300	6	221.000	4,9 miliar
Tahallul	20	0.4	221.000	327 juta
DAM	450	9	221.000	7,3 miliar
Sedekah	50	1	221.000	817 juta
Oleh-Oleh	300	6	221.000	4,9 miliar
Total				18,3 miliar

Risiko

Disrupsi dalam bentuk digital apapun saat ini mendapat perhatian besar dari pemerintah Arab Saudi dengan tujuan memaksimalkan keuntungan pemerintah dari perjalanan wisata religi. Jika dengan transaksi konvensional, keuntungan yang didapat pemerintah berasal dari pajak, maka dengan e-money, pemerintah memiliki akses langsung terhadap data dan uang transaksi. Risiko yang mungkin timbul berasal dari usaha-usaha pemerintah Arab Saudi untuk menarik sejumlah keuntungan dari transaksi ini.

Masalah

Bagi jamaah haji, memiliki e-money memberikan beberapa keuntungan diantaranya adalah tidak perlu memegang uang *cash*, tidak perlu menghitung kembalian. Kerugiannya adalah jamaah masih rawan ditipu jika tidak memahami penggunaan e-money dan dalam bertransaksi harus pada merchant yang memiliki EDC untuk membaca QR code. Tentu penggunaan e-money ini akan tetap dipotong sekitar 2% untuk jasa, namun potongan e-money ini jauh lebih murah daripada potongan kartu debit/kredit bank.

3. Transportasi

Sejak tahun 1979 ditetapkan bahwa angkutan haji dilaksanakan dengan angkutan udara dan dimonopoli oleh penerbangan nasional PT Garuda Indonesia. Baru pada tahun 1999, pelaksanaan angkutan haji melalui pesawat udara mulai mengikutsertakan perusahaan penerbangan asing sebagai pelaksana angkutan haji, yaitu Saudi Arabian Airlines (SV).

Profitabilitas

Berdasarkan laporan keuangan tahun 1438H/2017M sebesar 5,3 triliun rupiah merupakan beban terbesar yaitu mencapai 41,86% dari total beban sebesar 12 triliun rupiah.

Risiko

Terdapat aturan khusus dalam pengangkutan udara jamaah haji yaitu keharusan melibatkan Saudi Arabian Airlines (SV) dalam angkutan haji. Apabila tidak mengikutsertakan SV, maka pihak yang mengangkut diharuskan membayar royalti kepada Saudi Arabian Airlines (sebesar US\$ 100 per penumpang). Hal ini menimbulkan risiko biaya akhir yang justru lebih tinggi.

Masalah

Membuka pasar bagi maskapai lain dapat meningkatkan persaingan yang pada akhirnya menurunkan harga dari pelaku pasar eksisting.

4. Katering

Pelayanan konsumsi bagi jamaah haji dengan sistem katering menjadi tanggung jawab pemerintah. Namun dalam pelaksanaannya melibatkan swasta, baik untuk katering di dalam asrama haji, di embarkasi, maupun katering untuk di Arab Saudi. Untuk katering di Arab Saudi dilayani oleh pihak swasta atau perusahaan Arab Saudi setelah melalui proses tender yang dilaksanakan oleh Bidang Urusan Haji Jeddah. Aturan dari pemerintah Arab Saudi mensyaratkan bahwa pengusaha atau penyedia layanan katering untuk semua jamaah haji yang berada di tanah suci adalah perusahaan dalam negeri (Arab Saudi), sehingga perusahaan dari luar negeri tidak dimungkinkan untuk ikut menyediakan katering. Namun, dimungkinkan adanya kerjasama antara Warga Negara Indonesia yang

berbisnis di Arab Saudi dengan pengusaha Arab Saudi dengan syarat harus tetap mengatasnamakan perusahaan Arab Saudi.

Tabel 10 menunjukkan kemungkinan para jamaah akan membeli makanan sendiri secara pribadi pada tanggal 5,6,7 serta 14 dan 15 dzulhijjah, dimana pemerintah tidak menyediakan makanan bagi mereka pada tanggal-tanggal tersebut.

Tabel 5. Jadwal Konsumsi Jamaah Haji 2019

MADINAH	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pelayanan konsumsi diberikan paling banyak 18 kali (makan siang dan malam) ■ Snack pagi ■ Paket kelengkapan konsumsi
JEDDAH	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pelayanan Konsumsi pada saat kedatangan jemaah haji Gelombang II diberikan di Bandara Jeddah ■ Pelayanan Konsumsi pada saat Kepulangan jemaah haji Gelombang I diberikan di Bandara Jeddah
MAKKAH	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pelayanan konsumsi diberikan sebanyak 40 kali ■ Snack pagi ■ Paket kelengkapan konsumsi ■ Pada tanggal 5, 6, 7 dan 14,15 Dzulhijjah 1440H tidak diberikan pelayanan konsumsi.
ARMINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pelayanan konsumsi diberikan sebanyak 15 kali (makan pagi, siang dan malam di Arafah dan Mina) dan 1 paket snack Muzdalifah ■ Air minum selamat datang sebanyak 3 botol @ 600 ml pada saat jemaah tiba di Arafah ■ Paket kelengkapan konsumsi

Sumber: Buku saku konsumsi Haji, 2019

Self-heat Food Package dari Wong Solo

Wong solo mengusulkan untuk mengambil potensi catering haji disaat jamaah haji tidak mendapatkan jatah catering, yaitu pada 5, 6, 7, 11, dan 14 dzulhijjah. Paket self-heating sendiri sudah banyak diproduksi dan digunakan di China dan diantaranya untuk kebutuhan camping dan angkatan bersenjata, memiliki sertifikat keamanan produk (untuk paket kemasan) dan memiliki waktu persiapan kurang dari 10 menit.

Persoalan logistic membawa catering tersebut ke lokasi haji di Mekkah dapat diatasi dengan partner setempat yang sudah dipercaya Wong Solo sejak ketika Rumah Makan Wong Solo membuka cabang di Jeddah. Kemasan ini dijual dengan harga sekitar 15 SR dengan margin 3SR. Selain market umroh, ini adalah potensi *untapped market* yang dapat berpotensi bisnis didalam ekosistem haji. Wong Solo sendiri memiliki kapasitas produksi lebih dari 10.000 paket per bulan (dari hasil wawancara) dan memiliki tiga buah pabrik berizin yang memperkerjakan ratusan karyawan.

Profitabilitas

Dengan asumsi jumlah jamaah haji 2019 akan menggunakan kemasan meals ready to eat Wong Solo pada lima hari, dengan tiga kali makan sehari dan kurs Rupiah ke Riyal sebesar Rp 3700/SR, maka keuntungannya adalah sebesar 36 milyar rupiah untuk satu kali musim haji.

Tabel 6. Perhitungan Keuntungan Potensi Katering Wong Solo

Aspek	Perhitungan
Hari	5
Frekuensi Makan	3
Margin (SR)	3
Jumlah Jamaah	221.000
Kurs	3700
Total Margin (Rp)	36,7 miliar

Self-heating package ini dapat bertahan hingga lebih dari dua tahun dan tahan tekanan (dapat dibawa di pesawat) dan sangat memungkinkan untuk dijual di supermarket dan pasar ready to meal di Arab Saudi. Potensi bisnis lainnya berasal dari jamaah dari negara serumpun dan catering haji yang sudah beroperasi di Arab Saudi.

Risiko

Paket self-heating ini masih dalam proses pemberian izin POM dan belum memiliki izin lembaga pemeriksa makanan di Arab Saudi. Selain perizinan, Kapasitas pabrik Wong Solo belum dapat memproduksi paket sejumlah jamaah Indonesia (200.000), kecuali produksi tersebut dilaksanakan sejak 20 bulan (dengan kapasitas 10.000 paket per bulan) sebelum periode haji berlangsung.

Masalah

Living cost yang diberikan untuk jamaah dapat kembali ke Indonesia jika jamaah membeli makanan yang diproduksi oleh katering Wong Solo. Selain itu, kemasan inovatif yang tidak membutuhkan pemanasan apapun mengurangi biaya *manpower* dan proses produksi (prasmanan), juga mengurangi kekhawatiran akan risiko operasional selama proses haji dan umroh berlangsung (katering mogok, suplai bahan baku terhambat, suplai aluminium foil terhambat).

5. Akomodasi

Akomodasi bagi jamaah adalah kebutuhan dasar setelah konsumsi dan sandang dan merupakan komponen terbesar kedua menempati urutan kedua setelah angkutan udara pada BPIH. Potensi ini meliputi asrama haji dalam negeri dan pemonndokan di Arab Saudi. Pemonndokan di Arab Saudi diatur sesuai dengan ketentuan Pemerintah Arab Saudi (Ta'limatul Hajj). Mulai tahun 1991 sistem penyewaan dilakukan langsung, yaitu para pemilik rumah atau wakil syar'i berhubungan langsung dengan pihak penyewa. Sedangkan posisi pemerintah hanyalah bersifat mengawasi dan mengontrol proses transaksi melalui lembaga khusus yang disebut Muassasah Asia Tenggara. Kemenag RI adalah pihak yang secara langsung melakukan perundingan penyewaan pemonndokan.

Profitabilitas

Beban akomodasi sampai dengan Desember 2017 sebesar Rp3.833.336.675.503 atau mengalami peningkatan sebesar 31,89% dari beban akomodasi tahun 1437H/2016M sebesar Rp2.906.547.011.507.

Risiko

Ketatnya peraturan pemerintah Arab Saudi dalam hal penyediaan akomodasi dapat menimbulkan beban biaya tinggi untuk memenuhi berbagai peraturan dan standar tersebut.

Masalah

Penyediaan akomodasi oleh pemerintah Indonesia dapat menekan biaya haji mengingat beban akomodasi merupakan salah satu komponen terbesar dalam penyelenggaraan ibadah haji.

6. Perlengkapan

Pada proses Ihram, jamaah haji membutuhkan kain ihram (laki-laki), mukena (perempuan), dan alat sholat lain seperti sajadah dan Al-Quran. Dalam hal ini, harga pasar ditentukan berdasarkan survei di beberapa *marketplace* nasional yang menjual barang-barang tersebut dan dipilih harga yang paling banyak muncul.

Profitabilitas

Perkiraan profitabilitas untuk kegiatan ihram dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Perhitungan Potensi Keuntungan Ihram

Jenis Barang	Harga/Tarif Pasar (Rp)	Qty	Satuan	Jumlah Jamaah	Satuan	Total (Rp)
Kain Ihram	130.000*	3	Buah	90.532	Orang	33.307.480.000
Alat Sholat	100.000	1	Buah	112.819	Orang	11.281.900.000
Obat-obat Umum						44.217.663.051**
Total						88.807.043.051

* Mengacu pada rerata harga penjualan di *online marketplace*

** Mengacu pada Pengadaan Obat dan Perbekkes Haji Tahun 2019 melalui tautan <http://www.lpse.depkes.go.id/eproc4/evaluasi/25860047/hasil>

Risiko

Risiko terkait bisnis ini relatif rendah, namun karena perlengkapan haji dan umroh ini disediakan oleh UMKM salah satunya adalah ketidaksiapan UMKM dalam menyediakan produk dalam jumlah besar sesuai standar yang telah ditetapkan. Terlebih lagi, permintaan terhadap produk tersebut terus ada pada tiap tahunnya.

Masalah

Perlengkapan haji dan umroh disuplai oleh UMKM sepenuhnya. Koperasi yang berada dibawah Asosiasi PPIU dan KBIH seperti HIMPUH, AMPHURI dan SAPUHI memiliki jaringan strategis kepada pengusaha konveksi pakaian dan koper. Jika diperkirakan biaya pembuatan ATK, Koper dan Pakaian

untuk perlengkapan haji adalah 1 juta rupiah per orang, maka nilai dari industri turunan ini untuk pasar umroh saja adalah 1,1 juta jamaah dikalikan dengan 1 juta rupiah yaitu 1,1 triliun Rupiah.

7. Tahallul

Bisnis lain yang berkaitan dengan pelaksanaan ibadah haji dan umroh adalah tahallul atau jasa barbershop. Jasa ini mematok tarif sekitar 15 riyal per orang. Apabila dikalikan dengan jumlah jamaah laki-laki dari Indonesia, maka total nilai bisnis yang dimiliki sebesar Rp 5,16 miliar. Dengan skenario jumlah jamaah haji Indonesia 2018: 203.351 orang, terdiri dari 90.532 jamaah pria dan 112.819 jamaah wanita maka profitabilitas dapat diperoleh dengan beberapa asumsi berikut:

- Jika gunting lipat kecil ditambahkan sebagai perlengkapan haji bagi semua jamaah haji, harga grosir Rp 2.000 dan harga satuan Rp 3.500
- Cukur plontos bagi jamaah laki-laki:
 - Harga pasar musim haji: 10-30 Riyal (nilai tengah 20 Riyal)
 - Harga pasar di luar musim haji sebagai proxy biaya: 15 Riyal
 - Kurs Rupiah = 3.700/Riyal

Profitabilitas

Berikut potensi profitabilitas yang dapat diperoleh:

Tabel 8. Perhitungan Potensi Keuntungan Tahallul

Total Revenue	Rp 7.411.096.500,-
Gunting lipat (203.351 x Rp3.500)	Rp 711.728.500,-
Cukur plontos (90.532 x Rp74.000)	Rp 6.669.368.000,-
Total Cost	Rp 5.431.228.000,-
Gunting lipat (203.351 x Rp2.000)	Rp 406.702.000,-
Cukur plontos (90.532 x Rp55.500)	Rp 5.024.526.000,-
Proyeksi Keuntungan	Rp 1.979.868.500,-

Risiko

Risiko yang mungkin muncul adalah terkait kapasitas petugas untuk dapat memberikan jasa 24 jam selama masa haji dengan kecepatan dan ketangkasan yang memadai. Kendala sumber daya manusia justru dapat menimbulkan biaya yang tinggi dalam penyediaan jasa tersebut.

Masalah

Dengan memperkerjakan petugas haji yang dapat *standby* di pemondokan untuk melakukan jasa cukur saja dapat diperoleh nilai keuntungan yang tidak sedikit. Selain itu, masalah yang dapat diperoleh diantaranya adalah mencegah jamaah dari risiko penipuan terkait jasa tahallul atau peminjaman gunting cukur.

8. Perlengkapan Sanitasi dari Kantong Peepis

Kebutuhan membersihkan diri bagi jamaah haji merupakan salah satu syarat sahnya ibadah, namun padatnya ritual ibadah menyebabkan proses pembersihan diri tidak dapat dilakukan seeluasa di Indonesia. Puncaknya pada saat jamaah haji berada di Arafah, kamar mandi pada saat di arofah dan

Armina sangat minim, yaitu dengan perbandingan 1 toilet untuk 200 jamaah dengan waktu tunggu sekitar 1 jam.

Gambar 6. Antrian Toilet Armina



Profitabilitas

Dari hasil wawancara diperoleh keterangan margin per-produk, sehingga dapat dihasilkan proyeksi keuntungan sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Keuntungan Paket Perlengkapan Sanitasi

Item Perlengkapan Sanitasi	Harga	Margin	Jamaah	Total Keuntungan
Sabun	25.000	4.000	221.000	884.000.000
Shampoo	25.000	4.000	221.000	884.000.000
Semprotan wajah	25.000	4.000	221.000	884.000.000
Corong pipis	80.000	10.000	112.000*	1.120.000.000
Peepis 2 pak @Rp 120.000	240.000	4.000	221.000	884.000.000
Tisu basah	35.000	5.000	221.000	1.105.000.000
Nosk (Masker)	120.000	12.000	221.000	2.652.000.000
TOTAL	550.000	TOTAL		8.413.000.000

*hanya jamaah perempuan, asumsi jumlah jamaah 2019

Maslahah

Potensi bisnis dari perlengkapan sanitasi ini memiliki masalah yang besar terutama jika dilihat sebagai *booster* ekonomi halal, mendorong berkembangnya industri dalam negeri, turut membantu ketersediaan lapangan pekerjaan dan membantu memelihara jiwa dengan tertunaikannya hajat biologi (*hifdzu nafs*).

Manfaat

Kajian ini bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai bisnis yang ada di ekosistem Haji dan Umroh. Tidak hanya aspek profitabilitasnya yang dipertimbangkan, aspek risiko dan masalah juga telah dibahas pada kajian ini.

Tindak Lanjut

Divisi investasi langsung bisa menggunakan data dari hasil kajian ini sebagai pelengkap kajian yang telah dilaksanakan sebelumnya. Bisnis digital, khususnya utilisasi GDS, memiliki profitabilitas yang paling besar dibanding bisnis lainnya yang dibahas. Sehingga patut untuk dipertimbangkan oleh BPKH untuk melakukan kajian lebih lanjut jika BPKH masuk ke bisnis ini.