

**Karyawan dan Produk
(Sebuah Tinjauan MSDM Tour and Travel Haji dan Umroh di Sedati
Sidoarjo Perspektif Ekonomi Syariah)**

***Employees and Products
(A Review of HRD Tour and Travel Hajj and Umrah in Sedati Sidoarjo
from a Sharia Economic Perspective)***

Fatihatul Firda Muhimmah
UIN Sunan Ampel Surabaya
E-mail: fatihatulfirda@gmail.com

ABSTRAK

Membahas hubungan antara karyawan dan produk dalam konteks manajemen sumber daya manusia (MSDM) pada industri tour and travel Haji dan Umroh di Sedati, Sidoarjo, dengan perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menyoroti pentingnya peran karyawan dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Melalui pendekatan ekonomi syariah, penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana karyawan dapat berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan serta kepuasan pelanggan. Dengan menganalisis kinerja karyawan, seperti pelatihan, motivasi, dan lingkungan kerja, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan. Selain itu, penelitian ini juga menilai dari produk yang ditawarkan menurut persepsi masyarakat dan potensi pasar di wilayah tersebut, sehingga memberikan rekomendasi bagi pengelola bisnis dalam mengoptimalkan sumber daya manusia dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi untuk mengumpulkan data dari karyawan dan manajer di beberapa agen travel di Sedati. Hasil analisis menunjukkan bahwa karyawan yang terlatih dan termotivasi memiliki respon positif pada kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam operasional bisnis terbukti meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui produk yang ditawarkan. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup pengembangan program pelatihan berkelanjutan, peningkatan insentif bagi karyawan, serta strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik minat calon jamaah.

Kata kunci: Karyawan, Produk, MSDM, Ekonomi syariah

ABSTRACT

Discussing the relationship between employees and products in the context of human resource management (HRM) in the Hajj and Umrah tour and travel industry in Sedati, Sidoarjo, with a sharia economic perspective. This study highlights the importance of the role of employees in improving the quality of services and products that are in accordance with sharia principles. Through a sharia economic approach,

this study also explores how employees can contribute to creating added value for the company and customer satisfaction. By analyzing employee performance, such as training, motivation, and work environment, it is expected to find effective strategies to increase employee productivity and loyalty. In addition, this study also assesses the products offered according to public perception and market potential in the area, thus providing recommendations for business managers in optimizing human resources and products that are in accordance with sharia principles. This study uses a qualitative method with in-depth interviews and observations to collect data from employees and managers at several travel agents in Sedati. The results of the analysis show that trained and motivated employees have a positive response to the quality of products and services offered. In addition, the application of sharia economic principles in business operations has been shown to increase public trust through the products offered. Recommendations resulting from this study include the development of ongoing training programs, increased incentives for employees, and more effective marketing strategies to attract potential pilgrims.

Keywords: *Employees, Products, HR, Sharia economy*

Pendahuluan

Industri perjalanan haji dan umrah merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian umat Islam di Indonesia. Di daerah Sedati, Sidoarjo, sektor ini berkembang pesat dengan banyaknya biro perjalanan yang menawarkan berbagai layanan untuk memfasilitasi keberangkatan jamaah ke Tanah Suci. Peningkatan jumlah masyarakat yang mampu secara finansial dan religiusitas yang tinggi menjadi faktor utama tumbuhnya permintaan terhadap layanan ini. Namun, perkembangan tersebut tidak lepas dari tantangan manajemen, khususnya dalam hal pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan produk layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.¹

Keberhasilan biro perjalanan haji dan umrah tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis semata, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusianya. Karyawan yang memiliki integritas, profesionalitas, dan pemahaman terhadap

¹ Megawati, R., & Anwar, M. K. *Peluang dan Ancaman Strategi Pemasaran Syariah Biro Jasa Umroh (Studi Kasus di AET Travel PT Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo)*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 2(1), (2019). 58–66.

nilai-nilai syariah memainkan peran penting dalam menciptakan kepercayaan jamaah. Karyawan yang bertugas tidak sekadar menjadi fasilitator, melainkan juga sebagai pembimbing spiritual yang membantu jamaah memahami makna ibadah yang mereka jalani. Dalam perspektif manajemen syariah, pengelolaan karyawan tidak hanya berbasis pada produktivitas, tetapi juga pada akhlak dan tanggung jawab moral.²

MSDM dalam industri perjalanan haji dan umrah harus mencerminkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, amanah, dan ihsan. Rekrutmen karyawan seharusnya memperhatikan aspek kehalalan pekerjaan, transparansi kontrak kerja, dan pemberian hak-hak karyawan sesuai dengan syariat. Selain itu, pelatihan berkelanjutan dalam aspek pelayanan dan keagamaan sangat penting agar karyawan mampu memberikan pelayanan yang tidak hanya profesional tetapi juga bernilai ibadah. Dalam hal ini, biro perjalanan harus mengintegrasikan konsep manajemen modern dengan prinsip syariah dalam kebijakan SDM-nya.³

Selain pengelolaan SDM, produk yang ditawarkan oleh biro travel juga harus memenuhi standar syariah. Produk dalam konteks ini mencakup seluruh rangkaian layanan perjalanan, mulai dari tiket, akomodasi, konsumsi, transportasi lokal, hingga kegiatan manasik. Semua elemen tersebut harus bebas dari unsur gharar (ketidakjelasan), maysir (perjudian), dan riba. Produk yang ditawarkan harus tayyib (baik), tidak hanya dari sisi manfaat, tetapi juga

² Amini, A., & Rosyidi, S. *The Implementation of Islamic Business Ethics in the Umrah and Hajj Travel Company of Mubina Tour Indonesia Gresik Regency*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 7(12), (2020). 2419–2435.

³ Faruk, A. A., Basri, H., & Amimah, M. *Efektivitas Manajemen Penjualan Paket Umrah dalam Meningkatkan Pelayanan Travel Haji dan Umrah Perspektif Ekonomi Islam*. ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah. (2022).

dalam proses penyusunannya. Penentuan harga harus dilakukan secara transparan dan sesuai akad yang sah menurut syariah.⁴

Dalam penyusunan produk layanan haji dan umrah, biro perjalanan perlu mengembangkan inovasi yang tetap berada dalam batasan syariah. Misalnya, penggunaan teknologi digital untuk layanan pendaftaran, informasi keberangkatan, dan konsultasi ibadah yang ramah pengguna dan mempercepat proses pelayanan. Namun, inovasi tersebut harus tetap menjunjung tinggi prinsip transparansi dan tidak mengeksploitasi jamaah dengan iming-iming fasilitas yang tidak jelas. Selain itu, kegiatan promosi harus jujur dan tidak menyesatkan.⁵

Dari perspektif ekonomi syariah, biro perjalanan haji dan umrah idealnya menerapkan prinsip maslahah (kemaslahatan umum), yaitu memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada jamaah dan menghindarkan mereka dari mudarat. Hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk tidak hanya mengejar profit, tetapi juga memikirkan kesejahteraan rohani jamaah, keamanan selama perjalanan, serta keberlangsungan hubungan spiritual antara pelanggan dan penyelenggara. Konsep ini sejalan dengan maqashid al-syariah yang menempatkan perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan sebagai tujuan utama.⁶

Biro perjalanan di Sedati Sidoarjo, seperti PT Ebad Alrahman dan beberapa lainnya, menjadi contoh konkrit dalam menerapkan sebagian prinsip ekonomi syariah. Namun, masih banyak hal yang perlu dikaji, terutama dalam aspek keberlanjutan penerapan prinsip-prinsip tersebut secara menyeluruh.

⁴ Alfianto, T., & Fikriyah, K. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi pada PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo)*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4(1), (2021). 65–77.

⁵ Dwiatma, B. K. *Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Haji dan Umroh*. Bina' Al-Ummah. (2019).

⁶ Affandie, N., Basri, H., & Mubarak, N. *Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelayanan Manasik, Promosi dan Gaya Kepemimpinan pada Travel Umrah di Kabupaten Tasikmalaya*. ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah. (2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam peran karyawan dan penyusunan produk layanan dalam biro perjalanan haji dan umrah, dilihat dari perspektif ekonomi syariah. Penekanan akan diberikan pada bagaimana pengelolaan karyawan memengaruhi kualitas pelayanan, serta bagaimana produk disusun agar sesuai dengan nilai-nilai syariah dan kebutuhan jamaah.⁷

Penelitian ini penting karena dapat memberikan pemahaman baru tentang praktik manajemen syariah di industri jasa keagamaan, khususnya di level mikro (biro perjalanan). Hasil kajian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola biro perjalanan lain untuk menerapkan prinsip ekonomi Islam secara konsisten. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan literatur manajemen sumber daya manusia dan pemasaran produk syariah di Indonesia yang masih terbatas pada konteks industri perjalanan ibadah.

Kajian Pustaka

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia (SDM) secara efektif dan efisien. Karyawan sebagai aset utama perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi. Selain itu, produk yang dihasilkan juga harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yang semakin banyak diterapkan di berbagai sektor. Kajian ini bertujuan untuk membahas hubungan antara karyawan, produk, manajemen sumber daya manusia (MSDM), dan ekonomi syariah.

Karyawan merupakan salah satu elemen kunci dalam organisasi. Menurut Dessler karyawan yang berkualitas dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam perusahaan. Dalam konteks ekonomi syariah, karyawan tidak hanya dilihat sebagai tenaga kerja, tetapi juga sebagai mitra strategis

⁷ Ningsih, F. A. *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Pasca Dibukanya Akses Haji dan Umrah Tahun 2022: Studi Kasus pada Ebad Wisata Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. (2022).

yang berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan.⁸ Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Qur'an yang menekankan pentingnya kerja keras dan kejujuran dalam berusaha (Al-Baqarah: 286).

Karyawan yang termotivasi dan memiliki keterampilan yang baik akan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi MSDM yang efektif untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan karyawan berkualitas. Menurut Hasibuan pengelolaan SDM yang baik akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, sehingga karyawan dapat berkontribusi secara maksimal.⁹

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus memenuhi prinsip-prinsip syariah, yaitu halal dan thayyib (baik). Menurut Mufid produk halal tidak hanya berkaitan dengan aspek makanan dan minuman, tetapi juga mencakup produk non-makanan seperti kosmetik, obat-obatan, dan layanan keuangan.¹⁰ Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen yang mengedepankan prinsip syariah.

Dalam konteks ini, karyawan berperan penting dalam proses inovasi produk. Karyawan yang memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip syariah dapat membantu perusahaan dalam merancang produk yang sesuai dengan tuntutan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Rahman yang menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dalam produk mereka cenderung memiliki pangsa pasar yang lebih besar.¹¹

MSDM merupakan proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengembangan, dan pengendalian sumber daya manusia

⁸ Dessler, G *Human Resource Management*. Pearson. . (2017).

⁹ Hasibuan, M. S. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. (2016).

¹⁰ Mufid, A. Halal Products and Consumer Behavior: A Study in Indonesia. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 5(1), (2020). 15-30.

¹¹ Rahman, A. The Impact of Sharia Compliance on Consumer Purchase Intention: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), (2019). 789-804.

dalam organisasi. Menurut Mathis dan Jackson MSDM yang efektif dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks ekonomi syariah, MSDM harus mempertimbangkan nilai-nilai etika dan moral yang sesuai dengan ajaran Islam.¹²

Penerapan MSDM yang berbasis syariah dapat menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam MSDM akan lebih mampu menarik dan mempertahankan karyawan yang berkualitas. Hal ini penting untuk menciptakan tim yang solid dan berkomitmen terhadap visi dan misi perusahaan.

Ekonomi syariah menawarkan alternatif dalam pengelolaan sumber daya yang lebih adil dan berkelanjutan. Menurut Asutay ekonomi syariah menekankan pada keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, karyawan memiliki hak untuk mendapatkan imbalan yang adil atas kontribusi mereka.¹³ Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan sistem penggajian yang transparan dan adil.

Karyawan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil akan lebih termotivasi untuk bekerja keras. Menurut Sari dan Hidayat perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengelolaan karyawan cenderung memiliki tingkat retensi yang lebih tinggi.¹⁴ Hal ini menunjukkan bahwa karyawan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dibahas dalam konteks Karyawan dan Produk pada MSDM Tour and Travel Haji dan Umroh di Sedati Sidoarjo dari

¹² Mathis, R. L., & Jackson, J. H. *Human Resource Management*. Cengage Learning

¹³ Asutay, M. (2012). A Critical Perspective on Islamic Economics: A Review of the Literature. *Islamic Economic Studies*, 20(1), (2016). 1-24.

¹⁴ Sari, R., & Hidayat, R. Employee Retention in Islamic Banking: The Role of Islamic Work Ethics. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(1), (2020). 25-40.

perspektif Ekonomi Syariah mencakup beberapa aspek penting. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika sumber daya manusia dan produk yang ditawarkan dalam industri ini, serta bagaimana keduanya saling mempengaruhi dalam konteks ekonomi syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang terjadi di lapangan, dalam hal ini adalah interaksi antara karyawan dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tour and travel. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan pandangan karyawan serta pelanggan terkait layanan yang diberikan. Menurut Sugiyono penelitian kualitatif sangat efektif untuk memahami konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi perilaku individu.¹⁵

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologis. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman pengalaman subjektif individu, dalam hal ini karyawan dan pelanggan, terhadap layanan haji dan umroh. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi makna yang diberikan oleh karyawan terhadap produk yang mereka tawarkan dan bagaimana hal tersebut berhubungan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Menurut Creswell pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti untuk memahami esensi dari pengalaman manusia.¹⁶

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan karyawan dan pelanggan, serta observasi langsung terhadap proses pelayanan di perusahaan

¹⁵ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. (2017).

¹⁶ Creswell, J. W. Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications. (2016).

tour and travel. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan perspektif langsung dari karyawan mengenai tantangan dan peluang yang mereka hadapi dalam pekerjaan mereka. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan, laporan tahunan, dan literatur terkait yang membahas tentang industri haji dan umroh serta ekonomi syariah. Menurut Moleong kombinasi antara data primer dan sekunder dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dikategorikan ke dalam tema-tema yang relevan, seperti kepuasan pelanggan, motivasi karyawan, dan penerapan prinsip ekonomi syariah dalam layanan. Proses analisis ini melibatkan pengkodean data, di mana peneliti mengidentifikasi pola dan hubungan antar tema. Menurut Braun dan Clarke analisis tematik adalah metode yang efektif untuk mengorganisir dan menganalisis data kualitatif, sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

Keabsahan data dalam penelitian ini akan diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, seperti karyawan, manajer, dan pelanggan. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan dapat dipercaya. Menurut Denzin triangulasi merupakan strategi yang penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan keandalan dan keabsahan data.¹⁷

¹⁷ Denzin, N. K. *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Aldine Transaction. (2017).

Hasil dan Pembahasan

Salah satu temuan utama dari wawancara adalah bahwa karyawan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kualitas produk yang ditawarkan. Menurut Budi, seorang manajer operasional travel haji dan umroh wilayah sedati, "Kualitas layanan kami sangat bergantung pada karyawan. Mereka adalah wajah perusahaan di depan pelanggan" (Budi, wawancara, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tidak hanya sebagai pelaksana tugas, tetapi juga sebagai representasi dari nilai-nilai perusahaan.

Karyawan merupakan aset terpenting dalam industri jasa, termasuk tour and travel. Kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Menurut Supriyadi karyawan yang terlatih dan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk Haji dan Umroh akan lebih mampu memberikan layanan yang memuaskan.¹⁸ Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada keadilan dan transparansi dalam pelayanan.¹⁹

Dalam konteks MSDM, pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi fokus utama. Rina, seorang staf pemasaran, menjelaskan, "Kami rutin mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan, terutama dalam hal pelayanan pelanggan dan pengetahuan produk" (Rina, wawancara, 2023). Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi karyawan, tetapi juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam ekonomi syariah.

Kualitas karyawan tidak hanya berpengaruh pada layanan, tetapi juga pada produk yang ditawarkan. Dalam konteks Haji dan Umroh, produk yang

¹⁸ Supriyadi, A. Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Industri Jasa. Jurnal Manajemen, 12(3), (2020). 45-60.

¹⁹ Mardani, A. Prinsip Ekonomi Syariah dalam Layanan Jasa. Jurnal Ekonomi Syariah, 5(2), (2021). 78-90.

dimaksud mencakup paket perjalanan, akomodasi, dan layanan tambahan lainnya. Menurut Rahman karyawan yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk akan mampu menjelaskan manfaat dan keunggulan paket yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini penting untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.²⁰

Prinsip ekonomi syariah menjadi landasan dalam operasional perusahaan. Dedi, seorang karyawan operasional, menyatakan, "Kami selalu berusaha untuk memastikan bahwa semua transaksi dan layanan kami sesuai dengan prinsip syariah, seperti keadilan dan transparansi" (Dedi, wawancara, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga pada keberlanjutan dan etika dalam bisnis.

Ekonomi syariah menekankan pada etika dan moral dalam bisnis. Dalam konteks MSDM, perusahaan tour and travel harus memastikan bahwa praktik perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan dilakukan secara adil dan transparan. Menurut Hasan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam MSDM dapat meningkatkan motivasi karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Hal ini pada gilirannya akan berdampak pada kualitas layanan yang diberikan.

Karyawan juga berperan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Menurut Siti, seorang customer service, "Kami berusaha untuk mendengarkan kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai. Ini penting untuk membangun kepercayaan" (Siti, wawancara, 2023). Hubungan yang baik antara karyawan dan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang merupakan salah satu tujuan utama dalam ekonomi syariah.

²⁰ Rahman, F. Strategi Pemasaran dalam Industri Tour and Travel. Jurnal Pemasaran, 10(1), (2022). 23-35.

Meskipun banyak aspek positif, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam manajemen sumber daya manusia. Rina mengungkapkan, "Salah satu tantangan terbesar adalah mempertahankan karyawan yang berkualitas. Banyak dari mereka yang mencari peluang di tempat lain" (Rina, wawancara, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengembangkan strategi retensi yang efektif untuk menjaga karyawan yang berkualitas.

Inovasi produk juga menjadi fokus penting dalam perusahaan. Dedi menambahkan, "Kami selalu mencari cara untuk meningkatkan produk kami, baik dari segi layanan maupun paket yang ditawarkan" (Dedi, wawancara, 2023). Inovasi ini tidak hanya menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama, yang sangat penting dalam konteks ekonomi syariah.

Kualitas karyawan tidak hanya berpengaruh pada layanan, tetapi juga pada produk yang ditawarkan. Dalam konteks Haji dan Umroh, produk yang dimaksud mencakup paket perjalanan, akomodasi, dan layanan tambahan lainnya. Karyawan yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk akan mampu menjelaskan manfaat dan keunggulan paket yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini penting untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa karyawan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kualitas produk dan layanan di perusahaan tour and travel Haji dan Umroh di Sedati, Sidoarjo. Pelatihan dan pengembangan karyawan, penerapan prinsip ekonomi syariah, serta hubungan yang baik antara karyawan dan pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Namun, tantangan dalam mempertahankan

karyawan yang berkualitas dan pentingnya inovasi produk juga perlu diperhatikan untuk memastikan keberlanjutan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Affandie, N., Basri, H., & Mubarak, N. (2022). *Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelayanan Manasik, Promosi dan Gaya Kepemimpinan pada Travel Umrah di Kabupaten Tasikmalaya*. ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah.
- Alfianto, T., & Fikriyah, K. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi pada PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo)*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4(1), 65–77.
- Ali, A., & Al-Qudah, M. (2021). The Role of Human Resource Management in Islamic Finance: A Study of the Practices in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 17(2), 45-60.
- Amini, A., & Rosyidi, S. (2020). *The Implementation of Islamic Business Ethics in the Umrah and Hajj Travel Company of Mubina Tour Indonesia Gresik Regency*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 7(12), 2419–2435.
- Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2022). *Manajemen Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Calon Jama'ah Haji dan Umroh pada PT. Tour and Travel Auliya Perkasa Abadi di Pasaman Barat*. Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, 3(2).
- Asutay, M. (2012). A Critical Perspective on Islamic Economics: A Review of the Literature. *Islamic Economic Studies*, 20(1), 1-24.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Aldine Transaction.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management*. Pearson.
- Dwiatma, B. K. (2019). *Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Haji dan Umroh*. Bina' Al-Ummah.

- Faruk, A. A., Basri, H., & Amimah, M. (2022). *Efektivitas Manajemen Penjualan Paket Umrah dalam Meningkatkan Pelayanan Travel Haji dan Umrah Perspektif Ekonomi Islam*. ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah.
- Hasan, M. (2021). Etika Bisnis dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Etika Bisnis*, 8(4), 112-125.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Mardani, A. (2021). Prinsip Ekonomi Syariah dalam Layanan Jasa. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 78-90.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2016). *Human Resource Management*. Cengage Learning.
- Megawati, R., & Anwar, M. K. (2019). *Peluang dan Ancaman Strategi Pemasaran Syariah Biro Jasa Umroh (Studi Kasus di AET Travel PT Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo)*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2(1), 58–66.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mufid, A. (2020). Halal Products and Consumer Behavior: A Study in Indonesia. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 5(1), 15-30.
- Ningsih, F. A. (2022). *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Pasca Dibukanya Akses Haji dan Umrah Tahun 2022: Studi Kasus pada Ebad Wisata Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rahman, A. (2019). The Impact of Sharia Compliance on Consumer Purchase Intention: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 789-804.
- Rahman, F. (2022). Strategi Pemasaran dalam Industri Tour and Travel. *Jurnal Pemasaran*, 10(1), 23-35.
- Sari, R., & Hidayat, R. (2020). Employee Retention in Islamic Banking: The Role of Islamic Work Ethics. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(1), 25-40.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi, A. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Industri Jasa. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 45-60.