KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi (JRME)
Vol.3, No.6 November 2026
e-ISSN: 3046-7144, p-ISSN : 3046-7411, Hal 375-388
DOI : https://doi.org/10.61722/jrme.v3i6.13293

PENGELOLAAN KEMITRAAN DALAM MENJAGA KEPERCAYAAN JAMAAH UMRAH PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH: STUDI KASUS CABANG PT ANNAMIROH TRAVELINDO KETINTANG SURABAYA

Nabila Ainurusy Syawaliza, Mustofa
Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya
Email : nabilaainurusy@gmail.com, *mustofatok@gmail.com*

Abstract. *Trust is an essential element in the management of Umrah travel services, as pilgrims entrust travel providers with not only their financial resources but also the safety, comfort, and smooth implementation of their religious journey. The provision of Umrah services involves coordination with various service partners, including transportation providers, accommodation providers, visa and document processing services, and religious guides. Therefore, effective partnership management is necessary to maintain service consistency and strengthen pilgrims' trust. This study aims to analyze partnership management in maintaining the trust of Umrah pilgrims from an Islamic economic perspective at the Ketintang Branch of PT Annamiroh Travelindo, Surabaya. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The analysis focuses on partnership management, service delivery, communication, transparency, responsibility, and the application of Islamic economic principles. The findings indicate that effective partnership management involves credibility, clear communication, supervision, transparency, responsibility, and continuous evaluation. These practices reflect Islamic economic principles, particularly amanah (trustworthiness), shiddiq (honesty), 'adl (justice), ta'awun (cooperation), and maslahah (public benefit). This study highlights the importance of integrating professional partnership management with Islamic economic values to maintain pilgrims' trust in Umrah travel services.*

Keywords: *Partnership Management; Pilgrim Trust; Umrah Travel Services; Islamic Economics; Islamic Business Ethics.*

Abstrak. Kepercayaan merupakan unsur penting dalam pengelolaan layanan perjalanan umrah karena jamaah tidak hanya mempercayakan dana, tetapi juga keamanan, kenyamanan, dan kelancaran perjalanan ibadahnya kepada penyelenggara perjalanan. Pelaksanaan layanan umrah melibatkan koordinasi dengan berbagai mitra penyedia jasa, seperti transportasi, akomodasi, pengurusan visa dan dokumen, serta pembimbing ibadah. Oleh karena itu, pengelolaan kemitraan yang efektif diperlukan untuk menjaga konsistensi pelayanan dan memperkuat kepercayaan jamaah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan kemitraan dalam menjaga kepercayaan jamaah umrah perspektif ekonomi syariah pada PT Annamiroh Travelindo Cabang Ketintang Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada pengelolaan kemitraan, pelaksanaan pelayanan, komunikasi, transparansi, tanggung jawab, serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kemitraan yang efektif memerlukan kredibilitas, komunikasi yang jelas, pengawasan, transparansi, tanggung jawab, dan evaluasi berkelanjutan. Praktik tersebut mencerminkan prinsip ekonomi syariah, khususnya amanah, shiddiq, 'adl, ta'awun, dan maslahah. Penelitian ini menegaskan pentingnya mengintegrasikan pengelolaan kemitraan secara profesional dengan nilai-nilai ekonomi syariah dalam menjaga kepercayaan jamaah pada layanan perjalanan umrah.

Kata Kunci: Pengelolaan Kemitraan; Kepercayaan Jamaah; Perjalanan Umrah; Ekonomi Syariah; Etika Bisnis Islam.

Naskah Masuk: 02 November 2026; Revisi: 03 November 2026; Diterima: 04 November 2026; Terbit: 05 November 2026.

LATAR BELAKANG

Penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah merupakan kegiatan jasa yang tidak hanya melibatkan transaksi ekonomi, tetapi juga kepercayaan jamaah terhadap keamanan, kenyamanan, dan kelancaran pelaksanaan ibadah. Jamaah mempercayakan sejumlah dana, dokumen pribadi, serta kebutuhan perjalanan kepada biro perjalanan umrah dengan harapan memperoleh pelayanan sesuai informasi dan kesepakatan yang telah disampaikan. Kondisi tersebut menjadikan kepercayaan sebagai unsur penting dalam hubungan antara jamaah dan penyelenggara perjalanan, terutama karena pelaksanaan pelayanan melibatkan berbagai pihak yang tidak seluruhnya dapat diketahui atau diawasi secara langsung oleh jamaah. Fadilah dan Solahudin (2025) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT Adhiya Tour & Travel Bandung. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan perlu dijaga melalui pengelolaan pelayanan yang konsisten dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, pengelolaan hubungan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan perjalanan umrah menjadi aspek penting untuk diperhatikan.

Dalam pelaksanaannya, biro perjalanan umrah membutuhkan kerja sama dengan berbagai penyedia jasa, seperti transportasi, akomodasi, pengurusan dokumen, konsumsi, dan pembimbingan ibadah. Keterlibatan berbagai pihak tersebut menjadikan pengelolaan kemitraan sebagai bagian penting dalam menjaga kesesuaian pelayanan dengan kesepakatan yang diberikan kepada jamaah. Pemilihan mitra, pembagian tanggung jawab, komunikasi, pengawasan, dan evaluasi diperlukan agar setiap pihak dapat menjalankan kewajibannya secara konsisten. Rosmiati dan Hasan (2024), melalui penelitian mengenai penerapan Islamic Service Quality pada biro perjalanan umrah di Surabaya, mengidentifikasi dimensi compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness sebagai aspek kualitas pelayanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan perjalanan umrah perlu memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip syariah, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Selain itu, Apriliani dan Safar (2021) membahas pentingnya prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan amanah dalam membangun kepercayaan pelanggan. Berbagai temuan tersebut memberikan landasan bahwa pengelolaan kemitraan perlu diarahkan untuk mendukung pelayanan yang konsisten sekaligus menjaga kepercayaan jamaah.

Dalam perspektif ekonomi syariah, pengelolaan kemitraan tidak hanya berorientasi pada efisiensi operasional dan keuntungan usaha, tetapi juga harus memperhatikan kejelasan kesepakatan, pemenuhan hak dan kewajiban, kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab para pihak. Prinsip amanah menuntut setiap pihak menjalankan kewajiban sesuai kesepakatan, shiddiq menekankan penyampaian informasi secara benar, ‘adl mengarahkan pemenuhan hak dan kewajiban secara adil, ta’awun mendorong kerja sama dalam kebaikan, sedangkan maslahah menempatkan kemanfaatan dan perlindungan kepentingan para pihak sebagai pertimbangan dalam kegiatan usaha. Pratiwi et al. (2023) menemukan bahwa penerapan etika bisnis syariah berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, peningkatan kepercayaan pelanggan, dan hubungan bisnis yang lebih harmonis. Sementara itu, Nuraprila et al. (2024) menekankan pentingnya kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dalam praktik usaha, termasuk dalam membangun hubungan dengan mitra bisnis. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas kualitas pelayanan perjalanan umrah, kepercayaan pelanggan, dan penerapan etika bisnis Islam, pembahasan mengenai pengelolaan hubungan kemitraan sebagai bagian dari upaya menjaga kepercayaan jamaah umrah dalam perspektif ekonomi syariah masih perlu dikaji secara lebih terarah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian aspek pengelolaan kemitraan, kepercayaan jamaah, dan prinsip ekonomi syariah dalam kajian pada cabang biro perjalanan umrah.

Penelitian ini dilakukan pada PT Annamiroh Travelindo Cabang Ketintang Surabaya untuk menganalisis pengelolaan hubungan kemitraan dalam penyelenggaraan perjalanan umrah dan keterkaitannya dengan upaya menjaga kepercayaan jamaah. Kajian ini mencakup proses pemilihan mitra, penetapan kesepakatan, koordinasi pelayanan, pengawasan, evaluasi, serta penerapan prinsip ekonomi syariah dalam hubungan kerja sama. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengelolaan kemitraan dalam menjaga kepercayaan jamaah umrah serta mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap kajian manajemen kemitraan dalam bisnis jasa perjalanan umrah serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi perusahaan dalam memperkuat koordinasi, tanggung jawab, dan konsistensi pelayanan berdasarkan nilai-nilai ekonomi syariah.

KAJIAN TEORI

1. Pengelolaan Kemitraan dalam Bisnis Jasa Perjalanan Umrah

Pengelolaan kemitraan merupakan proses mengatur hubungan kerja sama antara perusahaan dengan pihak lain untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Dalam kegiatan bisnis, kemitraan tidak hanya dipahami sebagai hubungan antara dua pihak yang saling memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga sebagai hubungan yang membutuhkan koordinasi, komunikasi, pembagian tanggung jawab, serta komitmen untuk memenuhi kesepakatan. Pengelolaan kemitraan diperlukan agar setiap pihak memahami perannya dan mampu menjalankan kewajiban sesuai dengan tujuan kerja sama. Dalam hubungan bisnis antarpelaku usaha, kepercayaan menjadi salah satu unsur yang mendukung keberlangsungan hubungan tersebut. Wijaya et al. (2021) melalui penelitian mengenai kepercayaan dalam hubungan bisnis-ke-bisnis berbasis nilai-nilai Islam di Indonesia membahas pentingnya kepercayaan dalam hubungan kerja sama antarpelaku usaha.

Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, pengelolaan kemitraan memiliki peranan penting karena pelayanan kepada jamaah melibatkan berbagai pihak. Biro perjalanan umrah membutuhkan kerja sama dengan penyedia transportasi, akomodasi, konsumsi, pengurusan dokumen perjalanan, serta pihak yang memberikan pendampingan ibadah. Keterlibatan berbagai penyedia layanan tersebut menyebabkan perusahaan perlu memastikan bahwa seluruh pihak dapat bekerja sesuai dengan kesepakatan. Apabila salah satu mitra tidak mampu memenuhi kewajibannya, kondisi tersebut dapat memengaruhi keseluruhan proses pelayanan yang diterima jamaah. Pentingnya keterpaduan berbagai aspek pelayanan dalam biro perjalanan umrah sejalan dengan penelitian Rosmiati dan Hasan (2024) mengenai penerapan *Islamic Service Quality* pada biro perjalanan umrah di Surabaya.

Pengelolaan kemitraan dapat dilihat melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah pemilihan mitra, yaitu menentukan pihak yang memiliki kemampuan dan kesesuaian dengan kebutuhan perusahaan. Tahap kedua adalah penetapan kesepakatan kerja sama, yang mencakup bentuk pelayanan, hak dan kewajiban, serta tanggung jawab masing-masing pihak. Tahap ketiga adalah koordinasi

pelaksanaan, yaitu memastikan setiap mitra menjalankan tugasnya sesuai dengan kesepakatan. Tahap keempat adalah pengawasan dan evaluasi untuk mengetahui kesesuaian antara pelaksanaan pelayanan dengan standar yang telah ditentukan. Pentingnya tanggung jawab dan penerapan etika dalam pengelolaan hubungan usaha juga dibahas oleh Mulyawan dan Koesmawan (2023) dalam kajiannya mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan dan pelayanan unit bisnis.

Selain tahapan tersebut, komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan kemitraan. Komunikasi diperlukan untuk menyampaikan informasi mengenai kebutuhan pelayanan, perubahan kondisi operasional, serta penyelesaian kendala yang mungkin terjadi selama kerja sama berlangsung. Ketidaktepatan informasi antara perusahaan dan mitra dapat menyebabkan ketidaksesuaian pelayanan yang pada akhirnya berdampak kepada jamaah. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun komunikasi yang jelas dan berkelanjutan agar setiap pihak mengetahui perkembangan pelaksanaan kerja sama. Dalam perspektif hubungan bisnis berbasis nilai Islam, kepercayaan antarpihak perlu didukung oleh perilaku dan komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan (Wijaya et al., 2021).

Pengelolaan kemitraan dalam bisnis perjalanan umrah tidak cukup hanya dinilai dari keberadaan kerja sama secara formal. Pengelolaan tersebut perlu dilihat dari kemampuan perusahaan memilih mitra, menetapkan kesepakatan, mengoordinasikan pelayanan, melakukan pengawasan, serta mengevaluasi pelaksanaan kerja sama. Keseluruhan proses tersebut menjadi penting karena perusahaan tetap memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan oleh mitra sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan yang telah disampaikan kepada jamaah. Relevansi pengelolaan berbagai komponen pelayanan tersebut dapat dikaitkan dengan dimensi *Islamic Service Quality* yang dibahas oleh Rosmiati dan Hasan (2024).

2. Kepercayaan Jamaah Umrah

Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan, kejujuran, dan tanggung jawab pihak lain dalam memenuhi komitmen yang telah diberikan. Dalam hubungan antara biro perjalanan umrah dan jamaah, kepercayaan memiliki kedudukan penting karena jamaah menyerahkan dana, dokumen pribadi, serta kebutuhan perjalanan

ibadah kepada penyelenggara. Jamaah juga mengharapkan agar perjalanan dapat terlaksana sesuai dengan informasi dan fasilitas yang telah dijanjikan. Oleh karena itu, kepercayaan dalam jasa perjalanan umrah tidak hanya berhubungan dengan kemampuan perusahaan menawarkan paket perjalanan, tetapi juga dengan kesanggupan perusahaan menjalankan tanggung jawab selama proses pelayanan. Fadilah dan Solahudin (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT Adhiya Wisata Utama Bandung.

Kepercayaan jamaah dapat terbentuk melalui pengalaman dan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Informasi yang jelas, kesesuaian fasilitas, ketepatan pelaksanaan perjalanan, serta kemampuan perusahaan menangani permasalahan merupakan hal-hal yang dapat memengaruhi penilaian jamaah. Ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan komitmen, jamaah memiliki dasar untuk menilai bahwa perusahaan dapat dipercaya. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara informasi yang diberikan dengan pelayanan yang diterima dapat menimbulkan keraguan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah juga menjadi perhatian dalam penelitian Fadilah dan Solahudin (2025).

Kepercayaan juga berkaitan dengan kejujuran dan tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha. Perusahaan perlu menyampaikan informasi sesuai dengan kondisi sebenarnya, termasuk apabila terdapat perubahan fasilitas, jadwal, maupun ketentuan perjalanan. Keterbukaan informasi diperlukan agar jamaah tidak memperoleh gambaran yang keliru ketika mengambil keputusan. Selain itu, perusahaan perlu memberikan penjelasan apabila terjadi kendala dan tidak mengabaikan keluhan yang disampaikan jamaah. Penelitian Apriliani dan Safar (2024) mengenai penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan menunjukkan relevansi nilai kejujuran, tanggung jawab, dan amanah dalam hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan.

Dalam pengelolaan kemitraan, kepercayaan jamaah juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan mengendalikan pelayanan yang melibatkan pihak lain. Meskipun sebagian kebutuhan perjalanan disediakan oleh mitra, jamaah pada umumnya berhubungan langsung dengan biro perjalanan sebagai pihak yang menawarkan paket dan menerima

pembayaran. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa mitra menjalankan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan. Apabila terjadi permasalahan, perusahaan tetap perlu menjalankan fungsi koordinasi dan memberikan penjelasan kepada jamaah. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kepercayaan jamaah tidak dapat dilepaskan dari kualitas pengelolaan hubungan antara perusahaan dan mitra. Keterkaitan kepercayaan dalam hubungan antarpelaku usaha juga dibahas oleh Wijaya et al. (2021).

Berdasarkan uraian tersebut, kepercayaan jamaah dalam penelitian ini dipahami melalui beberapa aspek, yaitu kemampuan perusahaan memenuhi komitmen, kejujuran dalam memberikan informasi, kesesuaian pelayanan dengan kesepakatan, tanggung jawab dalam menangani kendala, dan konsistensi pelayanan. Aspek-aspek tersebut menjadi dasar untuk memahami bagaimana pengelolaan kemitraan dapat mendukung pemeliharaan kepercayaan jamaah. Hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan jamaah menjadi relevan dengan penelitian Fadilah dan Solahudin (2025), sedangkan hubungan antara etika bisnis, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan dibahas oleh Apriliani dan Safar (2021).

3. Kualitas Pelayanan Jasa Perjalanan Umrah

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna jasa. Dalam bisnis perjalanan umrah, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan proses pendaftaran dan keberangkatan, tetapi juga mencakup pemenuhan fasilitas, keandalan penyelenggaraan perjalanan, pendampingan ibadah, serta kemampuan memberikan bantuan ketika jamaah menghadapi kendala. Pelayanan yang diberikan perusahaan perlu memperhatikan aspek keamanan, kenyamanan, dan kesesuaian dengan informasi yang telah disampaikan kepada jamaah. Penelitian Rosmiati dan Hasan (2024) mengenai *Islamic Service Quality* pada biro perjalanan umrah di Surabaya memberikan landasan untuk memahami kualitas pelayanan dalam konteks jasa perjalanan umrah.

Rosmiati dan Hasan (2024) mengidentifikasi enam dimensi *Islamic Service Quality*, yaitu *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy,* dan *responsiveness*. Dimensi *compliance* berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip dan ketentuan syariah. *Assurance* berkaitan dengan jaminan dan kemampuan perusahaan memberikan rasa aman

kepada jamaah. *Reliability* menunjukkan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara andal sesuai dengan yang dijanjikan. *Tangible* berkaitan dengan bukti fisik fasilitas yang disediakan, sedangkan *empathy* menunjukkan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan jamaah. Adapun *responsiveness* berkaitan dengan kesigapan perusahaan dalam memberikan bantuan dan merespons kebutuhan pengguna jasa.

Keenam dimensi tersebut dapat digunakan untuk memahami pentingnya koordinasi antara perusahaan dengan mitra. Keandalan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh staf perusahaan, tetapi juga oleh kemampuan penyedia akomodasi, transportasi, dan pihak pendukung lainnya dalam memenuhi kesepakatan. Begitu pula dengan daya tanggap, yang membutuhkan komunikasi dan koordinasi ketika terjadi perubahan atau kendala selama perjalanan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan yang diterima jamaah merupakan hasil dari keterlibatan berbagai pihak yang perlu dikelola secara terarah. Hubungan antara dimensi pelayanan dan penyelenggaraan jasa perjalanan umrah menjadi pokok pembahasan dalam penelitian Rosmiati dan Hasan (2024).

Kualitas pelayanan juga berkaitan dengan kepuasan jamaah. Pelayanan yang sesuai dengan harapan dapat memberikan pengalaman positif dan memperkuat penilaian jamaah terhadap perusahaan. Sebaliknya, ketidaksesuaian fasilitas, keterlambatan informasi, atau kurangnya respons ketika terjadi masalah dapat memengaruhi kepuasan. Jamilatunniswa et al. (2024) membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah, sedangkan Fadilah dan Solahudin (2025) mengkaji hubungan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jemaah umrah. Kedua penelitian tersebut menjadi rujukan untuk menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam penyelenggaraan perjalanan umrah.

4. Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Kemitraan

a. Amanah merupakan prinsip tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan dan memenuhi kesepakatan. Dalam perjalanan umrah, prinsip ini diwujudkan melalui pemenuhan fasilitas yang dijanjikan serta pelaksanaan kewajiban perusahaan dan mitra. Apabila terjadi kendala, perusahaan perlu melakukan koordinasi dan bertanggung jawab terhadap penyelesaiannya (Apriliani dan Safar, 2021; Mulyawan dan Koesmawan, 2023).

b. Shiddiq berarti jujur dalam perkataan dan tindakan. Prinsip ini diterapkan melalui penyampaian informasi yang benar mengenai harga paket, fasilitas, transportasi, akomodasi, dan jadwal keberangkatan. Kejujuran juga diperlukan dalam komunikasi perusahaan dengan mitra agar informasi yang diterima jamaah sesuai dengan kondisi sebenarnya (Apriliani dan Safar, 2021; Nuraprila et al., 2024).

c. Adl atau keadilan menekankan keseimbangan dalam pemenuhan hak dan kewajiban. Dalam pelayanan umrah, prinsip ini terlihat dari kesesuaian biaya dengan fasilitas yang diterima jamaah serta pembagian tanggung jawab yang proporsional antara perusahaan dan mitra. Setiap permasalahan perlu diselesaikan dengan tetap memperhatikan hak pihak-pihak yang terlibat (Wardani dan Ridlwan, 2022; Nuraprila et al., 2024).

d. Ta'awun merupakan prinsip saling membantu dalam melakukan kegiatan yang baik. Dalam pengelolaan kemitraan, prinsip ini diwujudkan melalui komunikasi dan koordinasi antara perusahaan dengan mitra untuk memenuhi kebutuhan jamaah serta menyelesaikan kendala pelayanan. Kerja sama tersebut perlu didukung kesediaan setiap pihak dalam menjalankan kewajibannya (Wijaya et al., 2021; Mulyawan dan Koesmawan, 2023).

d. Maslahah merupakan prinsip yang mengutamakan kemanfaatan dalam kegiatan ekonomi. Dalam pengelolaan kemitraan, perusahaan perlu mempertimbangkan kepentingan jamaah, mitra, dan keberlanjutan usaha. Pemilihan mitra maupun penyelesaian masalah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kualitas pelayanan dan perlindungan kepentingan jamaah (Pratiwi et al., 2024; Nuraprila et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengelolaan kemitraan dalam menjaga kepercayaan jamaah umrah pada Cabang PT Annamiroh Travelindo Ketintang Surabaya. Pendekatan studi kasus digunakan untuk mengkaji secara mendalam proses pengelolaan kemitraan serta hubungan antara pihak perusahaan, mitra, dan jamaah (Assyakurrohim et al., 2022).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen cabang, staf pelayanan atau operasional, mitra, dan jamaah, serta observasi terhadap aktivitas pelayanan dan hubungan kemitraan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan yang dapat diakses dan literatur yang relevan dengan penelitian (Septiana & Shaleh, 2024; Sari et al., 2025).

Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta hasil pengumpulan data. Hasil analisis selanjutnya dikaji berdasarkan prinsip ekonomi syariah yang meliputi amanah, shiddiq, keadilan, ta'awun, dan maslahah (Rahmani et al., 2025; Fikri et al., 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengelolaan Kemitraan dalam Penyelenggaraan Perjalanan Umrah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kemitraan merupakan bagian penting dalam penyelenggaraan perjalanan umrah karena pelayanan kepada jamaah melibatkan berbagai pihak dengan fungsi dan tanggung jawab yang berbeda. Pengelolaan tersebut mencakup pemilihan mitra, penetapan kesepakatan kerja sama, koordinasi, pengawasan, penanganan masalah, serta evaluasi pelaksanaan layanan. Pada Cabang PT Annamiroh Travelindo Ketintang Surabaya, rangkaian pengelolaan kemitraan diperlukan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan oleh masing-masing pihak tetap sesuai dengan kebutuhan jamaah dan kesepakatan yang telah ditetapkan. Kemitraan tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan, tetapi juga mendukung keterpaduan pelayanan selama perjalanan umrah.

Pengelolaan kemitraan tersebut berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diterima jamaah. Rosmiati dan Hasan (2024) menjelaskan dimensi Islamic Service Quality yang meliputi kepatuhan syariah, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Dimensi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada

interaksi perusahaan dengan jamaah, tetapi juga pada kemampuan perusahaan memastikan layanan dari mitra berjalan sesuai standar. Oleh karena itu, pemilihan mitra perlu mempertimbangkan kemampuan pelayanan, keandalan, reputasi, dan tanggung jawab agar kerja sama dapat mendukung konsistensi pelayanan kepada jamaah.

2. Koordinasi dan Transparansi dalam Menjaga Kepercayaan Jamaah

Koordinasi dan pengawasan menjadi bagian penting dalam pengelolaan kemitraan karena pelaksanaan perjalanan umrah melibatkan berbagai layanan, seperti transportasi, akomodasi, pengurusan dokumen, dan pendampingan ibadah. Koordinasi diperlukan untuk memastikan informasi mengenai kebutuhan jamaah, jadwal, fasilitas, dan perubahan layanan dapat disampaikan kepada pihak terkait. Pengawasan juga diperlukan agar perusahaan tetap dapat memastikan kesesuaian pelayanan dengan kesepakatan, meskipun sebagian layanan dilaksanakan oleh mitra. Apabila terjadi kendala, perusahaan perlu melakukan penanganan dan evaluasi agar kebutuhan jamaah tetap menjadi perhatian utama.

Kepercayaan jamaah berkaitan dengan kejelasan informasi, kesesuaian antara layanan yang dijanjikan dan diterima, serta tanggung jawab perusahaan ketika terjadi kendala. Transparansi mengenai biaya, fasilitas, jadwal, dan ketentuan perjalanan membantu jamaah memahami layanan yang diperoleh. Pembahasan ini sejalan dengan penelitian Jamilatunniswa et al. (2024) mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah umrah serta Tsani et al. (2025) mengenai kualitas pelayanan pada penyelenggaraan haji khusus. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan relevansi kualitas pelayanan dan koordinasi dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas, penanganan keluhan, dan evaluasi mitra perlu diperhatikan sebagai bagian dari upaya menjaga kepercayaan jamaah.

3. Pengelolaan Kemitraan dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Pengelolaan kemitraan dalam perspektif ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada kelancaran operasional dan keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab, kejujuran, keadilan, kerja sama, dan kemanfaatan bagi para pihak. Prinsip amanah tercermin dalam pelaksanaan tanggung jawab dan pemenuhan kesepakatan, sedangkan

shiddiq berkaitan dengan kejujuran serta keterbukaan informasi kepada mitra dan jamaah. Prinsip ‘adl menekankan pemenuhan hak dan kewajiban secara proporsional, sementara ta’awun tercermin dalam koordinasi dan kerja sama untuk mendukung pelayanan. Adapun maslahah mengarahkan pengambilan keputusan agar mempertimbangkan kepentingan jamaah sekaligus keberlanjutan usaha.

Pembahasan tersebut relevan dengan penelitian Apriliani dan Safar (2021) mengenai penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, Pratiwi et al. (2024) dan Nuraprila et al. (2024) membahas keterkaitan etika bisnis Islam dengan keberlanjutan usaha. Kajian tersebut memberikan landasan untuk memahami pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam hubungan bisnis. Pada pengelolaan kemitraan perjalanan umrah, penerapan prinsip ekonomi syariah perlu diwujudkan melalui kejelasan kesepakatan, keterbukaan informasi, pembagian tanggung jawab, koordinasi, serta penanganan masalah secara bertanggung jawab. Dengan demikian, prinsip ekonomi syariah dapat digunakan untuk menilai pengelolaan kemitraan tidak hanya dari aspek operasional, tetapi juga dari pemenuhan hak dan kepentingan jamaah.

KESIMPULAN

Pengelolaan kemitraan dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga kepercayaan jamaah. Hubungan antara perusahaan dan mitra tidak hanya berkaitan dengan pembagian tugas operasional, tetapi juga mencakup koordinasi, komunikasi, serta kesesuaian pelayanan dengan komitmen yang telah disampaikan kepada jamaah. Pengelolaan kemitraan yang baik perlu didukung oleh kualitas pelayanan yang konsisten, transparansi informasi, dan tanggung jawab setiap pihak dalam memenuhi kebutuhan jamaah. Dalam perspektif ekonomi syariah, pengelolaan kemitraan harus berlandaskan prinsip amanah, shiddiq, keadilan, ta’awun, dan maslahah. Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman bagi perusahaan dan mitra dalam menjalankan kegiatan usaha secara jujur, bertanggung jawab, saling membantu, serta mengutamakan kemaslahatan jamaah. Penerapan nilai-nilai ekonomi syariah diharapkan dapat memperkuat hubungan antara perusahaan, mitra, dan jamaah sekaligus membangun kepercayaan terhadap layanan perjalanan ibadah umrah. Oleh karena itu,

pengelolaan kemitraan perlu dilaksanakan secara profesional dan berlandaskan etika bisnis Islam agar kepercayaan jamaah dapat terjaga secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

Apriliani, Y., & Safar, M. P. (2024). Analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada UMKM di Telukjambe Kabupaten Karawang. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6*(1). https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46512

Assyakurrohim, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 3*(1). https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951

Fadilah, A., & Solahudin, D. (2025). The impact of service quality and trust on Umrah pilgrim satisfaction at PT. Adhiya Tour & Travel Bandung in 2024. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra, 4*(1), 53–74. https://doi.org/10.15575/mjhu.v4i1.40403

Fikri, M. H., Murhayati, S., & Darmawan, R. (2025). Keabsahan data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 9*(2), 13057–13065. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27042

Jamilatunniswa, E., Setiawan, A. I., Kurniawan, M. I., & Dasir, K. H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra, 3*(1), 57–76. https://doi.org/10.15575/mjhu.v3i1.35268

Mulyawan, A. W., & Koesmawan, K. (2023). Implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan dan pelayanan unit bisnis Wahdah Islamiyah. *Nukhbatul 'Ulum: Jurnal Bidang Kajian Islam, 9*(2), 153–177. https://doi.org/10.36701/nukhbah.v9i2.1049

Nuraprila, S., Haris, I., & Mulyono, S. (2024). Implementation of the application of Islamic business ethics in increasing customer satisfaction and business sustainability. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 7*(3), 5578–5591. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i3.5185

Pratiwi, D. R., Rosadi, D., Nadira, D. I., & Syahirah, D. (2023). Penerapan etika bisnis syariah terhadap keberlanjutan usaha: Studi pada UKM syariah di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 6*(3), 258–272. https://doi.org/10.26740/jekobi.v6n3.p258-272

Rosmiati, R., & Hasan, N. F. (2024). Implementasi Islamic Service Quality dalam meningkatkan keunggulan kompetitif: Studi kasus pelaku usaha biro perjalanan umroh di Surabaya. *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10*(2), 195–222. https://doi.org/10.56997/investama.v10i2.1788

Septiana, N. N., Khoiriyah, Z., & Shaleh. (2024). Metode penelitian studi kasus dalam pendekatan kualitatif. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, 10*(4), 233–243. https://doi.org/10.36989/didaktik.v10i04.5181

Sari, A. S., Aprisilia, N., & Fitriani, Y. (2025). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: Observasi, wawancara, dan triangulasi. *Indonesian Research Journal on Education, 5*(4). https://doi.org/10.31004/irje.v5i4.3011

Wijaya, I. F., Moro, A., & Belghitar, Y. (2021). Trust in Islamic business-to-business relationships: Evidence from Indonesia. *British Journal of Management, 34*(1), 111–128. https://doi.org/10.1111/1467-8551.12584