Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Jebi)
Vol. 4 No. 6 November (2026), Hal. 647-658
https://ecosemica.net/index.php/ECONOMICA
e-ISSN: 3021-8365

REKONSTRUKSI MODEL PERENCANAAN STRATEGIS TRAVEL UMRAH BERBASIS INTEGRASI NILAI AMANAH, SYURA, DAN MASLAHAH DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN STRATEGIK ISLAM

Salafudin Al Ayubi[1]
[1][Program Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]
ayubi21112002@gmail.com

ABSTRACT

Competition within the Umrah pilgrimage travel industry requires companies to adopt strategic planning that is not only profit-oriented but also takes into account their responsibility towards pilgrims. This article aims to reconstruct a strategic planning model for Umrah travel through the integration of the values of amanah, shura and maslahah. The research employs a conceptual approach through a literature review, examining works on Islamic strategic management and the management of Umrah services. The findings propose a strategic planning model that positions amanah as the foundation of integrity and accountability, shura as a decision-making mechanism, and maslahah as the guiding principle in determining strategic objectives and priorities. The integration of these three values is expected to result in strategic planning that is professional, responsible, and oriented towards the sustainability of the company as well as the welfare of the pilgrims.

***Keywords**: Amanah, Maslahah, Strategic Planning, Shura, Umrah Travel.*

ABSTRAK

Persaingan industri perjalanan ibadah umrah menuntut perusahaan memiliki perencanaan strategis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab terhadap jemaah. Artikel ini bertujuan merekonstruksi model perencanaan strategis travel umrah melalui integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah. Penelitian menggunakan pendekatan konseptual melalui studi kepustakaan dengan mengkaji literatur manajemen strategik Islam dan pengelolaan layanan umrah. Hasil kajian mengusulkan model perencanaan strategis yang menempatkan amanah sebagai dasar integritas dan akuntabilitas, syura sebagai mekanisme pengambilan keputusan, serta maslahah sebagai orientasi dalam menentukan tujuan dan prioritas strategi. Integrasi ketiga nilai tersebut diharapkan mampu menghasilkan perencanaan strategis yang profesional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada keberlanjutan perusahaan serta kemaslahatan jemaah.

Kata kunci: Amanah, Maslahah, Perencanaan Strategis, Syura, Travel Umrah.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perjalanan ibadah umrah di Indonesia mendorong meningkatnya persaingan antarp penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU). Berbagai perusahaan menawarkan paket perjalanan dengan pilihan harga, fasilitas, dan pelayanan yang beragam. Kondisi tersebut menuntut perusahaan travel umrah untuk memiliki perencanaan strategis yang tepat agar mampu menghadapi

persaingan dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Perencanaan strategis diperlukan untuk menentukan arah organisasi, menetapkan tujuan, menganalisis lingkungan bisnis, serta mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki.

Namun, travel umrah memiliki karakteristik khusus karena tidak hanya bergerak dalam bidang jasa perjalanan, tetapi juga berkaitan dengan pelayanan ibadah dan kepercayaan masyarakat. Jemaah mempercayakan dana, dokumen, serta kebutuhan perjalanan kepada perusahaan dengan harapan memperoleh pelayanan sesuai kesepakatan. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan tidak cukup diukur melalui keuntungan dan jumlah jemaah, tetapi juga melalui tanggung jawab dalam memenuhi hak serta menjaga kepercayaan jemaah. Perencanaan yang hanya berorientasi pada persaingan harga dan peningkatan penjualan tanpa mempertimbangkan kemampuan operasional berisiko menimbulkan ketidaksesuaian antara janji pemasaran dan pelayanan yang diberikan.

Dalam perspektif manajemen strategik Islam, perencanaan perusahaan perlu didasarkan pada nilai-nilai yang mencerminkan tanggung jawab dan kemanfaatan. Tiga nilai yang relevan untuk diterapkan adalah amanah, syura, dan maslahah. Amanah berkaitan dengan kejujuran, tanggung jawab, dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepercayaan jemaah. Syura merupakan prinsip musyawarah yang mendorong keterlibatan berbagai pihak dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, maslahah mengarahkan perusahaan agar mempertimbangkan manfaat dari setiap strategi, baik bagi jemaah maupun keberlanjutan organisasi.

Penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek pengelolaan travel umrah. Ande et al. (2024) mengkaji keterkaitan kompetensi pemimpin layanan, orientasi pelayanan organisasi, dan kinerja biro perjalanan umrah. Rahmawati et al. (2023) membahas hubungan operasi pelayanan umrah dengan nilai pelanggan, kepercayaan, dan komitmen. Sementara itu, Al Mahrizi et al. (2024) serta Spadaro et al. (2023) menekankan pentingnya partisipasi pemangku kepentingan dalam perencanaan pariwisata. Berbagai penelitian tersebut memberikan dasar bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan keterlibatan pemangku kepentingan merupakan aspek penting dalam pengelolaan usaha perjalanan.

Meskipun demikian, masih terdapat ruang pengembangan konseptual mengenai integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah ke dalam proses perencanaan strategis travel umrah. Ketiga nilai tersebut belum cukup dipahami hanya sebagai prinsip etika, tetapi perlu dikembangkan sebagai bagian dari proses manajerial. Amanah dapat menjadi landasan integritas dan akuntabilitas, syura sebagai mekanisme pengambilan keputusan, serta maslahah sebagai orientasi dalam menentukan tujuan dan prioritas strategi.

Berdasarkan hal tersebut, artikel ini bertujuan merekonstruksi model perencanaan strategis travel umrah berbasis integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah dalam perspektif manajemen strategik Islam. Kontribusi artikel ini terletak

pada pengembangan model konseptual yang menghubungkan ketiga nilai tersebut dengan tahapan perencanaan strategis, mulai dari analisis lingkungan, perumusan strategi, hingga penentuan program kerja. Model ini diharapkan dapat menjadi alternatif pendekatan pengelolaan travel umrah yang profesional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan jemaah.

2. LITERATURE REVIEW

2.1 Konsep Perencanaan Strategis dalam Manajemen Strategik

Perencanaan strategis merupakan bagian penting dari manajemen strategik yang berfungsi menentukan arah dan tujuan jangka panjang organisasi. Proses ini mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal, identifikasi peluang dan ancaman, serta penentuan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan. Analisis internal meliputi kemampuan sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan kualitas pelayanan, sedangkan analisis eksternal berkaitan dengan persaingan, kebijakan pemerintah, serta perubahan kebutuhan konsumen.

Wolf dan Floyd (2022) menjelaskan bahwa hubungan antara perencanaan korporasi dan kinerja organisasi dipengaruhi oleh berbagai kondisi sehingga strategi perlu disesuaikan dengan karakteristik perusahaan. Dalam konteks travel umrah, perencanaan strategis harus memperhatikan kesiapan transportasi, akomodasi, dokumen perjalanan, pembimbing ibadah, dan kerja sama dengan mitra. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya perlu menetapkan target keuntungan, tetapi juga memastikan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab terhadap jemaah.

2.2 Konsep Amanah dalam Manajemen Strategik Islam

Amanah merupakan nilai Islam yang mengajarkan tanggung jawab dalam menjaga dan memenuhi kepercayaan. Dalam kegiatan bisnis, amanah diwujudkan melalui kejujuran, profesionalitas, transparansi, dan komitmen dalam memenuhi kesepakatan. Nilai ini menjadi penting bagi travel umrah karena perusahaan mengelola dana, dokumen, serta kebutuhan perjalanan jemaah.

Penerapan amanah dalam perencanaan strategis dapat dilakukan dengan menetapkan target sesuai kemampuan perusahaan, memastikan kesiapan fasilitas, serta mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Dengan demikian, amanah tidak hanya menjadi pedoman perilaku individu, tetapi juga menjadi dasar dalam penyusunan kebijakan, pengelolaan sumber daya, dan pengambilan keputusan perusahaan.

2.3 Konsep Syura dalam Pengambilan Keputusan Strategis

Syura merupakan prinsip musyawarah dalam Islam yang menekankan pentingnya pertimbangan bersama dalam pengambilan keputusan. Dalam organisasi, prinsip ini dapat diterapkan dengan melibatkan pimpinan, karyawan, dan

pihak-pihak yang berkaitan agar keputusan yang dihasilkan memiliki pertimbangan lebih luas.

Pada perusahaan travel umrah, syura dapat melibatkan bagian pemasaran, operasional, keuangan, pembimbing ibadah, mitra kerja, serta perwakilan jemaah. Masukan dari berbagai pihak dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan dan permasalahan pelayanan. Al Mahrizi et al. (2024) menunjukkan bahwa partisipasi pemangku kepentingan berperan dalam mendukung perencanaan pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, syura dapat menjadi mekanisme pengambilan keputusan yang lebih terbuka, partisipatif, dan memperhatikan kepentingan bersama.

2.4 Konsep Maslahah sebagai Orientasi Tujuan Organisasi

Maslahah merupakan konsep Islam yang berorientasi pada kemanfaatan dan kebaikan bagi berbagai pihak. Dalam manajemen strategik, maslahah menjadi dasar dalam menentukan tujuan dan prioritas perusahaan dengan mempertimbangkan manfaat serta risiko dari setiap keputusan. Konsep ini berkaitan dengan maqasid syariah yang mencakup perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Dalam pengelolaan travel umrah, perlindungan tersebut dapat diwujudkan melalui pembimbingan ibadah yang kompeten, perhatian terhadap kesehatan dan keselamatan jemaah, penyampaian informasi yang jelas, serta transparansi biaya dan fasilitas. Jaiyeoba et al. (2025) menjelaskan bahwa maqasid syariah memiliki relevansi dalam pengembangan praktik bisnis berkelanjutan. Oleh karena itu, maslahah mengarahkan perusahaan agar tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat dan menjaga kepentingan jemaah.

2.5 Karakteristik Industri Travel Umrah

Industri travel umrah merupakan usaha jasa yang memiliki karakteristik khusus karena berkaitan langsung dengan penyelenggaraan perjalanan ibadah. Kegiatan operasionalnya melibatkan berbagai pihak, seperti maskapai penerbangan, hotel, penyedia transportasi, pembimbing ibadah, tenaga kesehatan, dan mitra pelayanan lainnya. Kondisi tersebut menuntut perusahaan memiliki koordinasi dan perencanaan yang matang agar seluruh kebutuhan jemaah dapat terpenuhi.

Ande et al. (2024) menjelaskan bahwa kompetensi pemimpin layanan dan kemampuan sumber daya berperan dalam membentuk kualitas pelayanan serta kinerja biro perjalanan umrah. Sementara itu, Rahmawati et al. (2023) menunjukkan bahwa operasi pelayanan umrah berkaitan dengan nilai pelanggan, kepercayaan, dan komitmen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan travel umrah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan bersaing, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan pelayanan. Oleh karena itu, perencanaan strategis perlu mengintegrasikan kemampuan manajerial dengan nilai amanah, syura, dan maslahah agar perusahaan mampu berkembang secara profesional dan bertanggung jawab.

3. CONCEPTUAL DEVELOPMENT AND THEORETICAL ARGUMENTS

3.1 Kebutuhan Rekonstruksi Model Perencanaan Strategis Travel Umrah

Perencanaan strategis umumnya berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Namun, dalam industri travel umrah, keberhasilan perusahaan tidak cukup diukur dari keuntungan dan kemampuan bersaing karena perusahaan juga memiliki tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan serta memenuhi kebutuhan jemaah.

Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi model perencanaan strategis dengan mengintegrasikan nilai amanah, syura, dan maslahah ke dalam proses manajemen. Amanah menjadi dasar tanggung jawab dan integritas, syura menjadi mekanisme pengambilan keputusan, sedangkan maslahah menjadi orientasi dalam menentukan strategi yang memberikan manfaat bagi jemaah dan keberlanjutan perusahaan.

3.2 Integrasi Nilai Amanah dalam Analisis Lingkungan Strategis

Tahap pertama adalah analisis lingkungan strategis berbasis amanah, yaitu mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis internal mencakup keuangan, sumber daya manusia, teknologi, jaringan mitra, dan kualitas pelayanan. Sementara itu, analisis eksternal meliputi persaingan, regulasi, kebutuhan jemaah, dan risiko perjalanan.

Nilai amanah mengharuskan perusahaan menyusun perencanaan berdasarkan informasi yang benar dan kemampuan aktual. Perusahaan perlu memastikan kesiapan hotel, transportasi, pembimbing ibadah, serta pengelolaan dana sebelum menetapkan target keberangkatan. Dengan demikian, analisis yang berlandaskan amanah dapat menghasilkan perencanaan yang realistis, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.3 Integrasi Nilai Syura dalam Perumusan Strategi

Tahap kedua adalah perumusan strategi melalui prinsip syura atau musyawarah. Perusahaan perlu melibatkan berbagai pihak, seperti pimpinan, bagian pemasaran, operasional, keuangan, dan pembimbing ibadah untuk membahas kondisi perusahaan serta menentukan prioritas strategi.

Sebagai contoh, rencana peningkatan jumlah jemaah perlu mempertimbangkan peluang pasar, kesiapan pelayanan, dan kemampuan keuangan. Selain itu, masukan dari alumni jemaah dapat digunakan untuk mengevaluasi kekurangan pelayanan. Penerapan syura diharapkan menghasilkan keputusan yang lebih terbuka, partisipatif, dan sesuai dengan kebutuhan berbagai pihak.

3.4 Integrasi Nilai Maslahah dalam Penetapan Prioritas Strategis

Tahap ketiga adalah penentuan prioritas strategi berdasarkan nilai maslahah. Setiap alternatif strategi perlu dinilai berdasarkan manfaat, risiko, dan dampaknya terhadap jemaah maupun keberlanjutan perusahaan.

Misalnya, perusahaan perlu mempertimbangkan antara memperluas jumlah keberangkatan dengan harga rendah atau meningkatkan kualitas pelayanan melalui

penguatan pembimbing ibadah dan fasilitas pendampingan. Keputusan tidak hanya didasarkan pada potensi keuntungan, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jemaah. Dengan demikian, maslahah menjadi dasar pemilihan strategi yang menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan kemanfaatan.

3.5 Hubungan Antarkonsep dalam Model yang Diusulkan

Nilai amanah, syura, dan maslahah memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam perencanaan strategis. Amanah memastikan perencanaan didasarkan pada informasi yang benar dan tanggung jawab yang jelas. Syura mendorong keterlibatan berbagai pihak dalam pengambilan keputusan, sedangkan maslahah mengarahkan strategi pada tujuan yang memberikan manfaat.

Ketiga nilai tersebut perlu diterapkan secara bersamaan agar perencanaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan proses pengambilan keputusan dan kepentingan jemaah. Integrasi ini diharapkan menghasilkan model perencanaan strategis yang lebih bertanggung jawab, partisipatif, dan berkelanjutan.

3.6 Proposisi Konseptual

Berdasarkan pengembangan hubungan antarkonsep, artikel ini mengajukan empat proposisi:

1. Proposisi 1: Integrasi nilai amanah dalam analisis lingkungan strategis dapat meningkatkan kualitas informasi dan akuntabilitas perencanaan travel umrah.
2. Proposisi 2: Penerapan nilai syura dalam perumusan strategi dapat meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan dan kualitas pengambilan keputusan.
3. Proposisi 3: Integrasi nilai maslahah dalam penetapan prioritas strategi dapat menyeimbangkan kepentingan ekonomi, kebutuhan jemaah, dan keberlanjutan perusahaan.
4. Proposisi 4: Integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah dapat membentuk perencanaan strategis travel umrah yang bertanggung jawab, partisipatif, dan berorientasi pada kemanfaatan.

3.7 Model Konseptual yang Diusulkan

Model konseptual ini menggambarkan integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah dalam proses perencanaan strategis travel umrah. Ketiga nilai tersebut menjadi dasar dalam menghadapi persaingan, regulasi, kebutuhan jemaah, serta risiko perjalanan.



Gambar 1. Model Konseptual Perencanaan Strategis Travel Umrah Berbasis Integrasi Nilai Amanah, Syura, dan Maslahah.

Model tersebut menempatkan amanah sebagai landasan analisis, syura sebagai mekanisme perumusan keputusan, dan maslahah sebagai pedoman penentuan prioritas strategi. Ketiganya diintegrasikan ke dalam proses perencanaan agar perusahaan mampu meningkatkan daya saing sekaligus menjaga kepercayaan dan memenuhi tanggung jawab terhadap jemaah.

4. DISKUSI

4.1 Rekonstruksi Perencanaan Strategis dalam Perspektif Manajemen Strategik Islam

Perencanaan strategis travel umrah perlu dikembangkan dari pendekatan yang hanya berorientasi pada keuntungan menuju pendekatan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam. Hal ini karena travel umrah tidak hanya bertanggung jawab terhadap keberlangsungan bisnis, tetapi juga terhadap kepercayaan dan kebutuhan jemaah dalam menjalankan ibadah.

Keuntungan, perluasan pasar, dan keunggulan kompetitif tetap menjadi tujuan penting perusahaan. Namun, pencapaiannya perlu disertai tanggung jawab etis. Oleh karena itu, artikel ini menempatkan amanah, syura, dan maslahah sebagai prinsip yang mengarahkan proses perencanaan, mulai dari penetapan tujuan hingga pemilihan strategi.

4.2 Amanah sebagai Dasar Kepercayaan dan Keunggulan Organisasi

Amanah berperan penting dalam membangun kepercayaan jemaah melalui kesesuaian antara informasi yang disampaikan dan pelayanan yang diberikan. Ande

et al. (2024) menunjukkan bahwa kompetensi pemimpin layanan dan kapasitas sumber daya berkaitan dengan orientasi pelayanan serta kinerja biro perjalanan umrah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan membutuhkan kemampuan organisasi yang memadai dan pengelolaan yang bertanggung jawab.

Dalam penerapannya, perusahaan harus memastikan kesiapan fasilitas, pembimbing ibadah, dan operasional sebelum menetapkan target jumlah jemaah. Target penjualan perlu disesuaikan dengan kemampuan perusahaan agar pelayanan tetap terjaga. Dengan demikian, amanah tidak hanya menjadi prinsip moral, tetapi juga dasar dalam membangun reputasi, loyalitas, dan keunggulan organisasi.

4.3 Syura sebagai Penguatan Kualitas Keputusan Strategis

Syura memberikan kesempatan kepada berbagai pihak untuk menyampaikan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Keterlibatan pimpinan, petugas lapangan, dan pembimbing ibadah dapat membantu perusahaan memahami kondisi operasional serta kebutuhan jemaah secara lebih menyeluruh.

Al Mahrizi et al. (2024) menunjukkan pentingnya partisipasi pemangku kepentingan dalam perencanaan pariwisata. Spadaro et al. (2023) juga menekankan peran partisipasi dalam perencanaan destinasi pariwisata berkelanjutan. Prinsip tersebut dapat diterapkan melalui forum musyawarah strategis untuk membahas kualitas pelayanan, kendala operasional, kebutuhan jemaah, dan peluang usaha.

Musyawarah harus dilakukan secara nyata, bukan sekadar formalitas. Setiap pendapat perlu dipertimbangkan secara objektif agar keputusan yang dihasilkan lebih tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

4.4 Maslahah sebagai Penyeimbang Kepentingan Ekonomi dan Sosial

Maslahah mengarahkan perusahaan untuk menyeimbangkan keuntungan dengan tanggung jawab terhadap jemaah. Keuntungan tetap diperlukan untuk menjaga operasional dan mengembangkan pelayanan, tetapi harus diperoleh tanpa merugikan pihak lain.

Dalam praktiknya, perusahaan perlu menetapkan harga sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang mampu diberikan. Harga yang tidak realistis dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara harapan jemaah dan pelayanan yang diterima. Jaiyeoba et al. (2025) menjelaskan bahwa maqasid syariah dapat menjadi landasan bagi praktik bisnis yang memperhatikan aspek sosial dan keberlanjutan.

Dengan demikian, maslahah tidak menghilangkan orientasi keuntungan, tetapi memastikan bahwa strategi perusahaan juga memberikan manfaat bagi jemaah, menjaga reputasi, dan mendukung keberlanjutan organisasi.

4.5 Kebaruan Model Perencanaan Strategis yang Dikembangkan

Kebaruan (novelty) artikel ini terletak pada integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah ke dalam satu model perencanaan strategis yang disesuaikan dengan karakteristik industri travel umrah. Ketiga nilai tersebut tidak hanya diposisikan sebagai prinsip etika, tetapi juga memiliki fungsi manajerial yang jelas.

Amanah menjadi dasar integritas informasi dan akuntabilitas perencanaan, syura menjadi mekanisme pelibatan berbagai pihak dalam perumusan strategi, sedangkan maslahah menjadi orientasi dalam menentukan tujuan dan memilih alternatif strategi. Integrasi ini menghubungkan nilai-nilai Islam dengan tahapan perencanaan strategis secara sistematis.

Model tersebut juga menempatkan kepentingan jemaah sebagai pertimbangan utama dalam menilai keberhasilan strategi. Artinya, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan dan keunggulan kompetitif, tetapi juga dari kemampuannya menjaga kepercayaan, memberikan pelayanan sesuai janji, dan melindungi hak jemaah.

5. IMPLIKASI

5.1 Implikasi Teoretis

Secara teoretis, artikel ini berkontribusi pada pengembangan manajemen strategik Islam, khususnya perencanaan strategis travel umrah. Integrasi amanah, syura, dan maslahah menunjukkan bahwa perencanaan tidak hanya berorientasi pada tujuan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab moral dan kemanfaatan.

Model ini memberikan fungsi yang lebih jelas bagi setiap nilai, yaitu amanah sebagai dasar integritas dan akuntabilitas, syura sebagai mekanisme pengambilan keputusan, serta maslahah sebagai orientasi tujuan dan manfaat strategi. Model tersebut juga dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya untuk menguji hubungan nilai-nilai Islam dengan kualitas perencanaan strategis dan keberlanjutan perusahaan.

5.2 Implikasi Manajerial

Secara manajerial, model ini dapat menjadi pedoman bagi pimpinan travel umrah dalam menyusun perencanaan strategis. Amanah dapat diterapkan melalui transparansi informasi, pengelolaan anggaran yang bertanggung jawab, kesiapan fasilitas, dan penetapan target sesuai kapasitas perusahaan.

Syura dapat diwujudkan melalui forum musyawarah yang melibatkan berbagai bagian organisasi serta masukan alumni jemaah untuk mengevaluasi pelayanan. Sementara itu, maslahah diterapkan dengan mempertimbangkan manfaat dan risiko setiap keputusan, terutama terkait harga, fasilitas, jumlah jemaah, dan kerja sama mitra.

Penerapan ketiga nilai tersebut diharapkan menghasilkan perencanaan yang lebih terarah, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperkuat kepercayaan masyarakat.

5.3 Implikasi Kebijakan

Dari sisi kebijakan, model ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan asosiasi penyelenggara perjalanan ibadah umrah dalam meningkatkan tata kelola perusahaan. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui

penguatan transparansi paket perjalanan, pengawasan pemenuhan hak jemaah, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta penyediaan mekanisme pengaduan.

Asosiasi juga dapat mendorong penyusunan pedoman perencanaan strategis berbasis nilai Islam yang mencakup pengelolaan dana, keterbukaan informasi, partisipasi pemangku kepentingan, dan penilaian manfaat program. Dengan demikian, profesionalisme perusahaan dapat berkembang sejalan dengan tanggung jawab dan perlindungan jemaah.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Artikel ini masih bersifat konseptual sehingga model yang dikembangkan belum diuji secara langsung. Penelitian selanjutnya dapat menguji penerapan amanah, syura, dan maslahah melalui penelitian lapangan pada perusahaan travel umrah.

Penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui wawancara dengan pimpinan, karyawan, pembimbing ibadah, mitra usaha, dan alumni jemaah untuk mengetahui penerapan ketiga nilai dalam perencanaan dan pelayanan. Sementara itu, penelitian kuantitatif dapat mengukur hubungannya dengan kualitas perencanaan strategis, kepercayaan jemaah, kualitas pelayanan, dan keberlanjutan kinerja.

Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan penerapan model pada perusahaan berskala besar dan kecil untuk mengetahui fleksibilitas penerapannya dalam berbagai kondisi organisasi.

6. KESIMPULAN

Perencanaan strategis memiliki peran penting dalam membantu perusahaan travel umrah menentukan arah, prioritas, dan menghadapi persaingan. Namun, perusahaan tidak cukup hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga perlu memperhatikan tanggung jawab terhadap jemaah, kualitas pelayanan, dan keberlanjutan usaha.

Artikel ini mengembangkan model perencanaan strategis berbasis integrasi nilai amanah, syura, dan maslahah dalam perspektif manajemen strategik Islam. Amanah menjadi dasar integritas dan akuntabilitas, syura berperan dalam pengambilan keputusan melalui musyawarah, sedangkan maslahah menjadi pedoman dalam menentukan tujuan dan strategi yang bermanfaat bagi jemaah maupun perusahaan.

Kebaruan model ini terletak pada pengintegrasian ketiga nilai tersebut ke dalam tahapan perencanaan strategis, mulai dari analisis lingkungan, perumusan strategi, hingga penentuan prioritas. Dengan demikian, model ini diharapkan mampu menghasilkan perencanaan yang efektif, profesional, transparan, partisipatif, dan berorientasi pada kepentingan jemaah.

Meskipun demikian, model ini masih bersifat konseptual sehingga perlu diuji secara empiris untuk mengetahui kesesuaian dan efektivitas penerapannya pada perusahaan travel umrah.

7. DAFTAR PUSTAKA

Al Mahrizi, A.S.K., Gray, T., Gregory-Smith, D. and Stead, S.M. (2024) 'The role of stakeholder participation in Oman's tourism planning system', Tourism Planning & Development, 21(6), pp. 881–916. https://doi.org/10.1080/21568316.2024.2379904.

Ande, D.F., Wahyuni, S. and Kusumastuti, R.D. (2024) 'Investigating the impact of service leaders' competencies, organisational service orientation, network capabilities, and perceived service quality on Umrah travel agencies' performance', Journal of Islamic Marketing, 15(3), pp. 653–681. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2022-0185.

Fallah, A.A. and Muhajarah, K. (2024) 'Muthawif concessions in Umrah travel bureau management', Journal of Islamic Economics Lariba, 10(2), pp. 663–680. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art3.

Hamann, P.M., Halw, O. and Guenther, T.W. (2023) 'Meta-analysis of the corporate planning–organizational performance relationship: A research note', Strategic Management Journal, 44(7), pp. 1803–1819. https://doi.org/10.1002/smj.3476.

Jabeen, S., Khan, N., Bhatti, S.H., Falahat, M. and Qureshi, M.I. (2025) 'Towards a sustainable halal tourism model: A systematic review of the integration of Islamic principles with global sustainability goals', Administrative Sciences, 15(9), 335. https://doi.org/10.3390/admsci15090335.

Jaiyeoba, H.B., Jamaludin, M.A., Busari, S.A. and Amuda, Y.J. (2025) 'The implications of Maqasid al-Shari'ah for integrated sustainability practices among businesses: A qualitative inquiry', Qualitative Research in Financial Markets, 17(3), pp. 511–531. https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2023-0222.

Nurcahyo, S.A., Jannah, R. and Anis, M. (2024) 'Maqasid Syariah management in realizing Sustainable Development Goals: Perspective of the halal tourism industry', Journal of Digital Marketing and Halal Industry, 6(2). https://doi.org/10.21580/jdmhi.2024.6.2.23093.

Rahmawati, A., Sucherly, Mulyana, A. and Sutisna (2023) 'The influence of Umrah service operation on customer value, trust, and commitment', Innovative Marketing, 19(3), pp. 51–61. https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.05.

Rosmiati, R. and 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), pp. 195–222. https://doi.org/10.56997/investama.v10i2.1788.

Spadaro, I., Pirlone, F., Bruno, F., Saba, G., Poggio, B. and Bruzzone, S. (2023) 'Stakeholder participation in planning of a sustainable and competitive tourism destination: The Genoa Integrated Action Plan', Sustainability, 15(6), 5005. https://doi.org/10.3390/su15065005.

Romalee, N., Laesan, S., Arminsen, P., Mullsap, M. and Pairoj, W. (2025) 'Integrating sustainability into the halal tourism industry: A conceptual framework for implications on local communities tourism', International Journal of Research and Innovation in Social Science. https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.908000205.