



Business Model Canvas PT Zakiah Dina Tayyibah: Implementasi Prinsip Syariah

Ana Karerina¹, Dera², Wafiq Asizah³, Zidny Ilman Nafia⁴

^{1,2,3,4}Manajemen Keuangan Syariah, Ekonomi dan Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Kota Parepare, Indonesia

Email: ¹aanakarerinanaa@gmail.com, ²deradeladela@gmail.com, ³wafiqasizah2004@gmail.com,

⁴zidnyilmannafia17@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted : 03-11-2025

Accepted : 10-12-2025

Published : 15-02-2026

Keywords:

Sharia Principles

Sharia Business

Managemen

Ijarah al-A'mal Contrac

Corporate Culture

Sharia Promotion

Abstract

This research aims to review and describe the implementation of Sharia principles and service quality at PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh and Special Hajj, which is headquartered in Parepare City. Utilizing a descriptive qualitative method, data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The focus of the study covers four aspects: management system, transaction mechanism, corporate culture, and product promotion. The research findings indicate that PT Zakiah Dina Tayyibah has implemented Sharia principles comprehensively across its entire operation. Management is based on the values of amanah (trust), honesty, professionalism, and social responsibility. The transaction mechanism employs the Ijarah al-A'mal contract (service lease), where the company acts as a service provider leasing the benefit of Umrah services to the pilgrims. Transactions are conducted transparently with valid contract evidence and are free from elements of riba (usury), gharar (uncertainty), and maisir (speculation). The corporate culture prominently highlights the values of familial relationship, amanah (trustworthiness), and worship-based service. Meanwhile, promotion is carried out ethically and honestly and is oriented towards the maslahat (benefit/welfare) of the pilgrims, such as offering promotional prices on Umrah packages (Silver, Gold, Platinum) to commemorate the company's anniversary (milad). This strategic framework is also explained through the Business Model Canvas (BMC), which shows that the company's Value Propositions center on providing pilgrimage services that comply with Sharia. The company's rapid growth indicates that the implementation of Sharia principles has successfully maintained the trust (amanah) and loyalty of the pilgrims.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan mendeskripsikan penerapan prinsip syariah dan kualitas pelayanan pada PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh dan Haji Khusus yang berpusat di Kota Parepare. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Fokus kajian meliputi empat aspek: sistem manajemen, mekanisme transaksi, budaya perusahaan, dan promosi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Zakiah Dina Tayyibah telah mengimplementasikan prinsip syariah secara menyeluruh dalam seluruh operasionalnya. Manajemen didasarkan pada nilai amanah, kejujuran, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial. Mekanisme transaksi menggunakan akad Ijarah al-A'mal (sewa jasa), di mana perusahaan bertindak sebagai penyedia jasa yang menyewakan manfaat pelayanan umroh kepada jamaah. Transaksi dilakukan secara transparan dengan bukti akad yang sah dan bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi). Budaya perusahaan sangat menonjolkan nilai kekeluargaan, amanah, dan pelayanan berbasis ibadah. Sementara itu, promosi dilakukan secara etis dan jujur dan berorientasi pada kemaslahatan (kemanfaatan) jamaah, seperti pemberian harga promo pada paket Umrah (Silver, Gold, Platinum) dalam rangka memperingati milad perusahaan. Kerangka kerja strategis ini juga dijelaskan melalui Business Model Canvas (BMC), yang menunjukkan bahwa proposisi nilai perusahaan (Value Propositions) berpusat pada penyelenggaraan perjalanan ibadah yang sesuai Syariah. Perkembangan pesat perusahaan menunjukkan bahwa implementasi prinsip syariah telah berhasil menjaga kepercayaan (amanah) dan loyalitas jamaah.

Kata Kunci: Prinsip Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Akad Ijarah al-A'mal, Budaya Perusahaan, Promosi Syariah.

1. PENDAHULUAN

Ibadah haji dan umroh adalah impian bagi seluruh umat muslim di dunia terutama di Indonesia yang setiap tahunnya mengirimkan jamaah terbanyak di dunia. Ibadah haji ini merupakan rukun Islam yang kelima. Karena haji merupakan kewajiban, maka apabila orang yang mampu tidak melaksanakannya maka berdosa dan apabila melaksanakannya mendapat pahala. Sedangkan makna haji bagi umat Islam merupakan respon terhadap panggilan Allah SWT (Widyaningsih et al., 2024).

Penerapan prinsip syariah tidak hanya terbatas pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga mencakup sistem manajemen, mekanisme transaksi, budaya perusahaan, dan promosi produk. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (shidq), amanah, transparansi (tabligh), dan tanggung jawab (fathanah) menjadi landasan utama dalam bisnis syariah. Dengan demikian, perusahaan tours & travel umroh dan haji tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan berkualitas, tetapi juga memastikan bahwa setiap aktivitas bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Agar pelaksanaan ibadah umroh dan haji selalu sukses, yaitu dapat memberikan pelayanan, pembinaan dan perlindungan dari persiapan sebelum berangkat sampai di Arab Saudi, maupun sampai pulang ke tanah air dan sampai mencapai target yang dicapai maka perlu adanya pelayanan dan pengelolaan dengan baik. Dari banyaknya jumlah jamaah umroh dan haji pertahunnya pemerintah menyadari bahwa hal ini juga sejalan dengan tingginya indeks kepuasan jamaah terhadap pelayanan yang sudah diberikan pemerintah (Candra & Oktafia, 2021).

Di sisi lain, masih banyak ditemukan kasus penyimpangan dalam penyelenggaraan perjalanan umroh, seperti penipuan, penggelapan dana jamaah, hingga ketidakjelasan keberangkatan. Fenomena ini menimbulkan keresahan di masyarakat dan merusak kepercayaan terhadap lembaga penyelenggara perjalanan ibadah (Ainun et al., 2021). Untuk memastikan bahwa seluruh elemen bisnis dijalankan secara terintegrasi, transparan dan sesuai syariah diperlukan suatu kerangka kerja strategis yang efektif. Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, berfungsi untuk menjelaskan, merancang, dan mengubah model bisnis.

PT Zakiah Dina Tayyibah merupakan perusahaan travel umroh yang telah berdiri sejak 27 November 2008. Bisnis ini didirikan oleh Ibu Hj. Erna dan Bapak Zuhdi. Pada awal berdirinya perusahaan hanya beroperasi di bawah kolong rumah dengan dua petak ruang selama tujuh tahun, hingga akhirnya mampu berkembang menjadi perusahaan besar yang mampu membebankan sekitar 100 jamaah setiap bulan. Saat ini PT Zakiah Dina Tayyibah telah memiliki kantor cabang di Bone, Pinrang, Makassar dan Kendari serta menjangkau wilayah hingga Papua, Luwu seluruh Sulawesi melalui jaringan agen yang luas.

Perkembangan yang pesat ini menunjukkan pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dan pelayanan yang berkualitas dalam menjaga kepercayaan jamaah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan bagaimana penerapan prinsip syariah dan kualitas pelayanan pada PT Zakiah Dina Tayyibah dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Business Model Canvas

Menurut Osterwalder dan Pigneur Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Hutamy et al., 2021). BMC ditampilkan dalam bentuk kanvas yang berisikan 9 (sembilan) elemen yang terdiri dari customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activity, key partnership, dan cost structure.

Menurut Supriadi dan Ismawati (2020), prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan ekonomi dan bisnis yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis, serta ditetapkan melalui fatwa lembaga yang berwenang di bidang syariah. Prinsip ini dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan, yang menjadi dasar berpikir dan bertindak dalam seluruh aktivitas muamalah umat Islam (Supriadi & Ismawati, 2020). Bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Quran dan hadist (Agustin, 2017).

Dalam konteks bisnis tours & travel umroh dan haji, penerapan prinsip syariah berarti bahwa seluruh kegiatan operasional perusahaan harus dijalankan berdasarkan nilai-nilai dan hukum Islam sebagaimana yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, serta mengacu pada fatwa lembaga yang berwenang di bidang syariah. Prinsip ini menjadi pedoman dalam setiap aspek manajemen, mulai dari pengelolaan keuangan, pelayanan jamaah, hingga promosi dan transaksi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umroh dan haji memiliki tanggung jawab yang besar karena produk dan jasanya berkaitan langsung dengan pelaksanaan ibadah (Nurfauzia & Fikriyah, 2020).

2.2 Sistem Manajemen Bisnis Syariah

2.2.1 Pengertian Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen bisnis syariah merupakan integrasi antara prinsip-prinsip Islam dan praktik manajemen modern. Konsep ini didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis. Dalam bisnis syariah, tujuan utama bukan hanya keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dan kesejahteraan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampaknya terhadap individu, masyarakat, dan lingkungan. Prinsip utama dalam manajemen bisnis syariah meliputi larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi) (Siahaan & Rialdy, 2024).

2.2.2 Prinsip-Prinsip dalam Sistem Manajemen Bisnis Syariah

Dalam konteks perusahaan biro jasa travel umroh dan haji, penerapan prinsip-prinsip sistem manajemen syariah mencakup nilai-nilai keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab sosial.

1. Prinsip keadilan diterapkan melalui perlakuan yang setara terhadap jamaah, karyawan, dan mitra bisnis serta penetapan harga yang wajar.
2. Amanah diwujudkan dengan pengelolaan dana jamaah secara jujur dan sesuai ketentuan tanpa penyalahgunaan.
3. Transparansi menuntut keterbukaan dalam informasi biaya, fasilitas, serta laporan keuangan agar menumbuhkan kepercayaan.
4. Selain itu, perusahaan juga memegang tanggung jawab sosial dengan memberikan pelayanan berkualitas, mendukung kegiatan kemaslahatan, dan menjaga etika operasional (Tyrta & Rialdy, 2025).

2.3 Mekanisme Transaksi Bisnis Syariah

2.3.1 Pengertian Transaksi

Transaksi, berasal dari bahasa Inggris "transaction". Dalam bahasa Arabnya sering disebut sebagai al-Mu'amalat. Dengan demikian transaksi merupakan kata lain dari al-Mu'amalat. Transaksi bisnis syariah merupakan bentuk kesepakatan menguntungkan yang terjadi pada manusia memfokuskan pada hukum-hukum tentang perbuatan dan hubungan-hubungan sesama manusia mengenai harta kekayaan, hak, dan penyelesaian sengketa tentang hal-hal tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan berpanduan Syari'ah (Kholis & Mu'allim, 2018).

2.3.2 Sumber Hukum Transaksi

Sumber hukum transaksi dalam Islam adalah al-Qur'an, al-Sunnah, ijtihad (termasuk di dalamnya menggunakan instrumen ijma', qiyas, al-maslahah al-mursalah, 'urf, istishab, sad al-dhari'ah, dan lain-lain yang diakui sebagai instrumen ijtihad). Di samping itu terdapat fiqh legal maxim (kaidah fiqhiyyah) yang merupakan suatu prinsip umum yang bisa dijadikan panduan umum dalam pembangunan hukum Islam terutama apabila terdapat masalah-masalah baru yang memerlukan keputusan hukum secara cepat (Suryaman & Bisri, 2023).

2.4 Budaya Perusahaan Bisnis Syariah

2.4.1 Pengertian Budaya Perusahaan

Sistem budaya dalam organisasi atau budaya organisasi maupun budaya perusahaan merupakan kekuatan laten di balik sesuatu yang kasat mata pada berbagai organisasi sebagai satu perusahaan. Budaya perusahaan telah didefinisikan, dipahami dan dipraktekkan sebagai sebuah fondasi atau ideologi di banyak perusahaan terkemuka maupun yang sedang tumbuh di dunia. Budaya berperan pada proses adaptasi dengan lingkungan luar dan integrasi internal. Self efficacy adalah sebuah sistem gagasan yang akan mengantarkan anggotanya, dalam hal ini karyawan, pada perilaku kerja yang berbudaya (Hadi et al., 2024).

2.4.2 Hubungan Budaya Perusahaan dengan Kinerja Perusahaan

Budaya perusahaan yang positif akan memberikan pengaruh baik kepada perusahaan serta karyawan, sehingga meningkatnya budaya perusahaan berdampak pada meningkatnya kinerja karyawan perusahaan dan meningkatnya kemampuan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan lebih baik. Dalam pencapaian kinerja perusahaan yang optimal, perusahaan harus selalu meningkatkan kinerja karyawannya, dimana hal itu tidak lepas dari dukungan pimpinan dalam mengevaluasi hasil kerja yang berkesinambungan, penempatan karyawan yang sesuai dengan keahlian kerja dan kompetensinya, sehingga dalam pencapaian kinerja akan lebih maksimal dan tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai (Rachmanu & Ridlwan, 2018).

2.5 Promosi Produk Bisnis Syariah

2.5.1 Pengertian Promosi Produk

Dalam perspektif ekonomi Islam, promosi merupakan kegiatan untuk memperkenalkan produk agar dikenal oleh konsumen, sehingga mereka memahami keberadaan, fungsi, dan manfaat produk tersebut. Tujuan promosi bukan sekadar menarik pembeli, tetapi juga menyampaikan informasi yang benar dan membangun kepercayaan. Islam menegaskan bahwa promosi harus dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah, menjauhkan diri dari unsur penipuan (gharar) dan kecurangan (tadlis).

2.5.2 Etika Islam dalam Promosi Produk

Etika Islam dalam promosi menekankan kejujuran, amanah, dan kesopanan dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Seorang pelaku bisnis tidak boleh menipu, berlebihan dalam janji, atau merendahkan produk pesaing. Promosi yang dilakukan harus menghindari unsur manipulatif, sumpah palsu, maupun penggunaan daya tarik yang bertentangan dengan akhlak Islam (Oktayani et al., 2023).

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui secara mendalam penerapan prinsip syariah pada PT Zakiah Dina Tayyibah perusahaan tours & travel umroh dan haji yang ada di Kota Parepare.

3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh dan Haji yang menjadi lokasi penelitian karena perusahaan ini menerapkan konsep bisnis berbasis syariah dalam pelayanan jasa perjalanan ibadah. Subjek penelitian meliputi manajer perusahaan, karyawan serta jamaah yang menggunakan jasa travel PT Zakiah Dina Tayyibah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen untuk memperoleh informasi tentang penerapan nilai-nilai syariah. Observasi langsung juga dilakukan untuk melihat kegiatan operasional seperti pelayanan pendaftaran dan budaya perusahaan, serta dokumentasi berupa brosur promosi dan bukti pembayaran sebagai bentuk akad pihak manajemen dengan jamaah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh dan Haji Khusus

4.1.1 Profil Perusahaan

PT Zakiah Dina Tayyibah merupakan perusahaan travel umrah dan haji yang berdiri pada 27 November 2008. Pendiri perusahaan Hj Erna Durachman memulai usahanya dengan bekal pengalaman yang diperoleh dari orangtuanya yang juga bergerak di bidang travel umrah. Ketika perusahaan travel milik orangtuanya mengalami kendala, beliau berinisiatif untuk mendirikan usaha baru secara mandiri. Dari tekad tersebut lahirlah PT Zakiah Dina Tayyibah dengan nama Zakiah yang diambil dari nama anak bungsu perempuannya.

4.1.2 Perkembangan dan Cabang Usaha

Seiring perkembangannya, PT Zakiah Dina Tayyibah kini memiliki jaringan cabang yang luas. Lantor cabang di Bone telah berdiri selama sepuluh tahun dan baru saja meresmikan kantor barunya pada 27 September. Selain di Bone, perusahaan ini juga memiliki cabang di Pinrang, Makassar dan Kendari serta menjangkau wilayah Papua, Belopa, Malili, Luwu dan hampir seluruh Sulawesi melalui agen-agen yang tersebar luas.

4.1.3 Produk dan Layanan

Dalam rangka memberikan pelayanan terbaik, PT Zakiah Dina Tayyibah menawarkan beberapa paket perjalanan umrah dengan fasilitas dan harga yang bervariasi yaitu:

1. Paket Silver, 28.700.000 harga normal dan promo bulan milad 28.000.000.
2. Paket Gold, dengan harga normal Rp 32.500.000 dan promo bulan milad Rp 30.500.000.
3. Paket Platinum, dengan harga normal 38.500.000 dan harga promo bulan milad Rp 37.000.000.

4.1.4 Struktur Kepemimpinan

Secara struktural, PT Zakiah Dina Tayyibah dipimpin oleh Direktur Hj. Erna Durachman dengan Bapak H. Zuhdi Palaloi sebagai Komisaris Utama, H. Fadli Zuhdi sebagai Komisaris serta Ahmad Zulfikran Zuhdi sebagai Manajer Operasional.

4.2 Business Model Canvas (BMC) pada PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh dan Haji Khusus

4.2.1 Customer Segment (Segmen Pelanggan)

Kelompok sasaran utama adalah jamaah ibadah Umrah dan Haji Khusus. Jamaah berasal dari Kota Parepare, dan meluas hingga memiliki kantor cabang di Bone, Pinrang, Makassar, dan Kendari. Jangkauan juga meliputi Papua, Luwu, dan hampir seluruh Sulawesi melalui jaringan agen yang luas. Segmen dibagi berdasarkan pilihan paket: Paket Silver, Paket Gold, dan Paket Platinum.

4.2.2 Value Propositions (Proposisi Nilai)

Menawarkan paket perjalanan Umrah dan Haji Khusus dengan Penerapan Prinsip Syariah secara menyeluruh. Menggunakan Akad Ijarah al-A'mal (sewa jasa) yang sah dan bebas unsur riba, gharar (ketidakpastian), maupun maisir (spekulasi). Memberikan pelayanan yang amanah, profesional, jujur, dan berbasis ibadah. Menjamin transparansi dalam informasi biaya dan transaksi. Memberikan promo khusus (misalnya saat bulan milad) yang berorientasi pada kemaslahatan (kemanfaatan) jamaah.

4.2.3 Channels (Saluran)

Melalui kantor pusat di Kota Parepare. Melalui kantor cabang di Bone, Pinrang, Makassar, dan Kendari. Melalui jaringan agen yang luas yang menjangkau wilayah Papua dan hampir seluruh Sulawesi. Proses administrasi didukung oleh sistem online.

4.2.4 Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Menjaga kepercayaan (amanah) dan loyalitas jamaah melalui pelayanan berkualitas tinggi. Menerapkan nilai ukhuwah (persaudaraan) dan pelayanan berbasis ibadah oleh seluruh karyawan dan tim lapangan. Interaksi transparan dengan pemberian bukti akad dan bukti setor yang sah saat pendaftaran.

4.2.5 Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Penjualan paket perjalanan Umrah dan Haji Khusus (Paket Silver, Gold, Platinum). Pendapatan dihasilkan dari akad Ijarah al-A'mal, di mana perusahaan bertindak sebagai penyedia jasa yang menyewakan manfaat pelayanan umroh kepada jamaah.

4.2.6 Key Resources (Sumber Daya Utama)

Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional, amanah, dan disiplin. Izin resmi dari pemerintah (Kementerian Agama) sejak tahun 2021. Infrastruktur fisik berupa kantor pusat dan kantor cabang. Sistem administrasi berbasis online. Budaya perusahaan di PT Zakiah Dina Tayyibah sangat menonjolkan nilai kekeluargaan, tanggung jawab, dan pelayanan berbasis ibadah. Hal ini tampak dari cara kerja tim yang saling mendukung baik di Indonesia maupun di Arab Saudi.

4.2.7 Key Activities (Aktivitas Utama)

Pengelolaan bisnis yang berlandaskan nilai amanah, kejujuran, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial. Pelaksanaan transaksi Umrah dengan akad Ijarah al-A'mal secara transparan. Pelayanan dan pembinaan jamaah untuk menjamin keamanan dan kekhusyukan ibadah. Promosi yang dilakukan secara etis, jujur, dan berorientasi kemaslahatan. Promosi dilakukan dalam rangka memperingati milad perusahaan, misalnya dengan memberikan harga promo pada paket Silver, Gold, dan Platinum serta promo khusus carter satu pesawat berisi 433 jamaah.

4.2.8 Key Partners (Kemitraan Utama)

Jaringan agen yang luas di Sulawesi dan Papua. Kantor cabang (Bone, Pinrang, Makassar, Kendari) yang bekerja sama dengan kantor pusat. Mitra di Arab Saudi (untuk pelayanan di Tanah Suci).

4.2.9 Cost Structure (Struktur Biaya)

Biaya terkait operasional pelayanan Umrah dan Haji (akomodasi, transportasi, pembinaan) [Dapat disimpulkan dari aktivitas utama]. Biaya promosi (misalnya pemberian promo khusus). Biaya yang dikeluarkan harus terhindar dari praktik riba, gharar, dan maisir.

5. KESIMPULAN

PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel Umroh dan Haji Khusus merupakan perusahaan yang berkembang pesat sejak berdiri pada tahun 2008. Pengalaman pendiri, jaringan cabang yang luas, serta pelayanan yang konsisten membuat perusahaan mampu menjangkau jamaah dari berbagai daerah. Perusahaan menawarkan paket perjalanan Umrah dan Haji yang beragam serta dikelola dengan profesionalisme dan nilai amanah, didukung struktur kepemimpinan yang jelas serta sumber daya manusia yang kompeten.

Berdasarkan analisis Business Model Canvas, perusahaan memiliki model bisnis yang kuat dan berfokus pada prinsip syariah, terutama melalui penerapan akad Ijarah al-A'mal dalam setiap transaksi. Keunggulan lain terlihat dari hubungan pelanggan yang dijaga melalui transparansi dan pelayanan berbasis ibadah, serta kemitraan yang luas baik di dalam negeri maupun di Arab Saudi. Dengan struktur biaya yang dikelola sesuai nilai syariah, PT Zakiah Dina Tayyibah mampu mempertahankan kepercayaan jamaah dan terus berkembang sebagai penyedia layanan Umrah dan Haji yang terpercaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada yang terhormat manajer dan seluruh staf PT Zakiah Dina Tayyibah Tours & Travel yang telah membantu dan bekerja sama dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Syariah. *Depok: PT RajaGrafindo Persada*.
- Ainun, S., Amha, J., Nurjaya, H., & Azwari, A. (2021). Qawanin Jurnal Ilmu Hukum Analisis dan Tanggung Jawab Biro Travel Umrah atas Kegagalan Pemberangkatan Jemaah Umrah Kota Makassar (Studi Kasus Travel PT . Global Tours) . *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 1–19.
- Candra, A. W., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 9–15.

- Hadi, S. N., Khairawati, S., & Khairunnisa, F. (2024). Studi Budaya Perusahaan : Implementasi Islamic Self Efficacy. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 350–374.
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model ' s Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Kholis, N., & Mu'allim, A. (2018). *Transaksi dalam Ekonomi Islam*. Program Pascasarjana dan Penerbit Quantum Madani.
- Nurfauzia, V., & Fikriyah, K. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah dalam Perspektif Pemasaran Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3, 82–95.
- Oktayani, D., Tomisa, M. E., & Nirwana, E. (2023). Implementasi Promosi Produk UMKM Dalam Perspektif Syariah. *INNOVATIVE: Journal Pf Social Science Research*, 3, 7359–7375.
- Rachmanu, E. D., & Ridlwan, A. A. (2018). Budaya Organisasi dan Kinerja Karyawan: Perspektif Ekonomi Islam. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 170–180.
- Siahaan, R. N., & Rialdy, N. (2024). Manajemen Bisnis Syariah : Prinsip dan Implementasi. *Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(4), 39–43.
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50.
- Suryaman, M., & Bisri, H. (2023). Prinsip-Prinsip dan Kaidah Dasar Transaksi dalam Sistem Ekonomi Syariah. *Al Mashalih-Journal of Islamic Law*, 4(1), 1–8.
- Tyrta, A. W., & Rialdy, N. (2025). IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP SYARIAH DALAM MANAJEMEN BISNIS MODERN. *Jurnal Media Akademik*, 3(1), 3031–5220.
- Widyaningsih, B., Ni, A., Ainun, I., & Fitria, N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Biro Travel Umroh dan Haji di Kabupaten Jombang. *JIESP : Journal of Islamic Economics Studies and Practices Program*, 3(1).