

## **ANALISIS DAYA SAING TOUR AND TRAVEL MELALUI IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PT. PERMATA ZAIN AL MIFTAH BUNGAH GRESIK**

**Mumtazun Nawwaf<sup>1</sup>, Maziyah Mazza Basya<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> UIN Sunan Ampel Surabaya, Email : mumtazunnawwaf8@gmail.com

<sup>2</sup> UIN Sunan Ampel Surabaya, Email : maziyah.mazza@uinsa.ac.id

### **ABSTRAK**

PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik berhasil mempertahankan daya saing di industri travel umroh dan haji melalui lokasi strategis, penerapan prinsip syariah, dan inovasi dalam strategi pemasaran digital. Perusahaan menganalisis daya saing terhadap kompetitor serta meningkatkan kualitas operasional dan pengalaman pelanggan untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif. Manajemen operasional dijalankan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang berfokus pada efisiensi, kualitas layanan, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Perusahaan menawarkan berbagai pilihan paket umroh yang fleksibel, serta menjalin kerjasama jangka panjang dengan penyedia layanan guna mengurangi biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas. Loyalitas pelanggan diperkuat dengan memberikan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, yang membangun kepercayaan jamaah. Secara keseluruhan, PT. Permata Zain Al Miftah berupaya terus meningkatkan daya saing melalui penerapan manajemen operasional Islami yang berkelanjutan dan strategi pemasaran inovatif, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah secara optimal.

Kata-kata kunci : *Daya Saing, Manajemen Operasional Islami, Strategi Pemasaran, Travel Umroh, Layanan Syariah*

### **ABSTRACT**

*PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik has successfully maintained its competitiveness in the Umrah and Hajj travel industry through its strategic location, application of Sharia principles, and innovation in digital marketing strategies. The company analyzes its competitiveness against competitors and enhances operational quality and customer experience to remain relevant in a competitive market. Operational management is executed through planning, organizing, implementing, and controlling functions focused on efficiency, service quality, and adherence to Sharia principles. The company offers flexible Umrah package options and establishes long-term partnerships with service providers to reduce operational costs without compromising quality. Customer loyalty is strengthened by providing services aligned with Islamic values, building trust among pilgrims. Overall, PT. Permata Zain Al Miftah strives to continuously improve its competitiveness by implementing sustainable Islamic operational*



---

*management and innovative marketing strategies, thus effectively meeting the needs and expectations of pilgrims.*

*Keywords: Competitiveness, Islamic Operational Management, Marketing Strategy, Umrah Travel, Sharia Services.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia usaha di Indonesia yang semakin meningkat dan persaingan pasar yang ketat menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan untuk bersaing di pasaran agar dapat terus bertumbuh kembang dengan baik dalam jangka waktu panjang. Bidang jasa merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Sejalan dengan perkembangan tersebut salah sektor usaha jasa pada biro perjalanan (Tour & travel Umrah) yang memiliki peluang bisnis menjanjikan. Pengembangan produk barang ataupun jasa bukan hanya membutuhkan pengemasan yang menarik, namun juga dibutuhkan pemasaran untuk mendukung ketertarikan untuk konsumen. Guna menarik konsumen dengan pemasaran dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat (Rizqiyana, 2018).

Dalam setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan tingkat keuntungan atau laba dalam sebuah perusahaan. Tujuan ini dapat dicapai apabila bagian marketing perusahaan melakukan strategi yang benar untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat di pertahankan dan ditingkatkan (Rizqiyana, 2018). Pertumbuhan sektor usaha Tour & Travel umrah yang berkembang dengan cukup pesat akan berpengaruh terhadap persaingan pasar. Ketatnya persaingan ini menuntut perusahaan untuk melakukan strategi yang tepat dan menarik agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Bertambahnya populasi penduduk dapat berakibat terhadap kecenderungan pasar potensial yang akan melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu yang memberikan pengaruh terhadap pribadi, keluarga dan lingkungan sekitar, contohnya seperti melaksanakan ibadah haji dan umrah. Umrah dalam konteks ibadah tidak sekadar mempunyai arti meramaikan, melainkan lebih dari itu yaitu dituntut agar bisa mengambil manfaat darinya (umrah). Karena sebagaimana telah diketahui, bahwa aktivitas umrah tersebut merupakan refleksi dari pengalaman hamba-hamba Allah (yaitu nabi Ibrahim dan Putranya, Nabi Isma'il) dalam menegakkan kalimatul-tawhid (Pakpahan, 2021).

Manajemen operasional adalah rangkaian kegiatan yang mengubah input menjadi output, baik dalam bentuk barang maupun jasa, melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Manajer operasional bertanggung jawab untuk mengelola berbagai bagian dalam sebuah perusahaan atau organisasi, baik yang memproduksi barang maupun jasa. Untuk mendukung kinerja perusahaan, diperlukan manajemen operasional yang efisien, yang harus dilengkapi dengan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran berbeda dari manajemen operasional karena fokus utamanya adalah pada aktivitas pemasaran. Keberadaan pemasaran sangat penting dalam masyarakat, karena produk yang dipasarkan mencerminkan inovasi dan perbaikan yang terus menerus, baik dari segi kualitas maupun desain. Pemasaran juga berperan sebagai sarana penelitian dan evaluasi terhadap nilai suatu produk (Purnomo & Astuningsih, 2021).

Manajemen operasional yang efektif akan berdampak langsung pada kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Kualitas tersebut mengacu pada kemampuan produk atau layanan untuk memberikan manfaat optimal bagi pelanggan. Kualitas yang tinggi akan membangun kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya mendukung kepuasan mereka. Saat ini, perusahaan-perusahaan menyadari betapa pentingnya memiliki produk atau layanan yang unggul untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas produk atau layanan dengan keputusan konsumen, yang pada akhirnya dapat memperluas pangsa pasar di segmen yang ditargetkan (Mariani, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis peran manajemen operasional dalam meningkatkan daya saing pasar di PT. Permata Zain Al Miftah, yang berlokasi di Jalan Randuagung Mojopuro Wetan, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan deskripsi hasil secara rinci dan jelas dalam bentuk tulisan yang singkat, padat, dan jelas. Pendekatan kualitatif yang diterapkan adalah studi kasus. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus karena penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi yang dapat dipelajari



atau disimpulkan dari suatu kasus, baik secara tunggal maupun jamak. Tujuan utama dari studi kasus adalah untuk menggambarkan situasi secara mendetail, mengidentifikasi masalah-masalah utama, serta menganalisis kasus dengan menggunakan konsep-konsep teoritis yang relevan dari unit atau disiplin ilmu tertentu. Selain itu, studi kasus juga bertujuan untuk merekomendasikan tindakan yang tepat dalam penyelesaian masalah kasus tertentu. Metode ini dipilih karena dianggap tepat untuk mendeskripsikan hasil penelitian secara mendalam dan menyeluruh, serta memungkinkan pengambilan data dari berbagai sumber (Sulistiyono, 2015).

Berdasarkan judul yang penulis teliti, maka penelitian ini dilakukan di kantor PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik yang terletak di Jalan Randuagung Mojopuro Wetan, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer yang didapat dari wawancara, observasi dan data sekunder yang didapat dari jurnal, buku, dan literatur lainnya. Sedangkan untuk Teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Daya Saing**

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya memiliki orientasi pasar, yang merupakan penerapan konsep pasar untuk meningkatkan daya saing melalui pendekatan pengendalian dan manajemen pasar. Penanganan orientasi pasar biasanya berfokus pada aspek pelanggan, pesaing, dan koordinasi antar fungsi dalam perusahaan. Menurut Jaworski, daya saing adalah pemahaman yang mendalam tentang berbagai elemen pasar dan para pelaku yang terlibat dalam sistem pemasaran (Nazaruddin dkk., 2020).

Daya saing secara umum dapat diartikan sebagai pemahaman mengenai pentingnya aktivitas pasar yang mencakup berbagai elemen yang berhubungan dengan pelanggan, pesaing, serta koordinasi fungsional. Teori yang melandasi daya saing mencakup teori tentang orientasi pelanggan, orientasi terhadap pesaing, serta koordinasi antara fungsi-fungsi dalam organisasi. Menurut teori kompetisi pasar yang dikemukakan oleh Kotler, pemasaran adalah aktivitas yang menggabungkan berbagai orientasi sesuai dengan jumlah pelanggan,

pesaing, dan koordinasi fungsional untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi memainkan peran kunci dalam menciptakan peluang pasar yang potensial, kompetitif, dan terencana (Nazaruddin dkk., 2020).

Dalam hal ini, PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik melakukan analisis daya saing dengan travel umroh lain untuk memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan kompetitif di pasar. Dengan memanfaatkan keunggulan lokasi strategis di dekat pemukiman warga dan berada satu lokasi dengan pondok pesantren, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanan, serta inovasi dalam strategi pemasaran digital, PT. Permata Zain mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dibandingkan kompetitornya. Selain itu, perusahaan berfokus pada peningkatan kualitas operasional pelayanan dan pengalaman pelanggan, serta berupaya untuk memanfaatkan platform digital secara lebih luas agar dapat menjangkau calon jamaah yang lebih banyak.

### **Manajemen Operasional**

Manajemen memiliki beberapa fungsi, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Dalam konteks ini, strategi operasional termasuk dalam fungsi pelaksanaan, di mana strategi tersebut berfungsi untuk mengimplementasikan rencana strategis guna mencapai tujuan perusahaan. Strategi operasional berperan sebagai panduan dalam menjalankan aktivitas manajemen. Selain itu, penerapan strategi operasional dalam manajemen dapat menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien (Rahman, t.t.).

PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik telah mengimplementasikan manajemen operasional dengan baik, dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek bisnisnya. Mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelayanan, hingga pelaksanaan operasional sehari-hari, perusahaan memastikan bahwa setiap proses berjalan secara efisien dan sesuai dengan standar yang tinggi. Selain itu, penerapan strategi pemasaran Islami yang tepat juga menjadi faktor kunci dalam memperkuat kepercayaan konsumen dan memastikan kelancaran penyediaan layanan umrah dan haji yang berkualitas.

### **Penerapan Manajemen Operasional dalam Daya Saing *Tour and Travel***

PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik berusaha memenuhi kebutuhan ibadah masyarakat Muslim dengan menyediakan berbagai



paket umroh yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan anggaran calon jamaah. Seperti contoh : Paket Umroh 9 Hari, Paket Umroh 10 Hari, Paket Umroh 12 Hari, Paket Umroh 13 Hari, Paket Umroh 16 Hari, Paket Umroh 1 Bulan, Paket Umroh Plus. Selain durasi perjalanan yang bervariasi, paket-paket ini juga mencakup berbagai fasilitas, seperti akomodasi di hotel berbintang, transportasi nyaman, makanan halal, dan bimbingan ibadah oleh ustadz atau ustadzah yang berpengalaman. Beberapa paket umroh plus juga mencakup kunjungan ke destinasi wisata religi lainnya di Timur Tengah, seperti Mesir atau Turki. PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, dengan memastikan bahwa setiap aspek perjalanan diatur dengan baik untuk kenyamanan dan keamanan jamaah. Untuk itu, perusahaan ini terus melakukan evaluasi dan peningkatan layanan berdasarkan umpan balik dari pelanggan dan perkembangan pasar.

Dalam konteks Manajemen Operasional Bisnis Islam, perusahaan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam semua operasionalnya, termasuk dalam aspek keuangan, pemasaran, dan layanan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk tidak hanya mematuhi hukum Islam, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan jamaah. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik mencakup promosi melalui media sosial, menjalin kerjasama dengan komunitas Muslim dan travel lain. Mereka juga memberikan diskon khusus untuk menarik lebih banyak jamaah. Dalam menghadapi tantangan bisnis, seperti fluktuasi harga tiket pesawat dan biaya akomodasi, PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik melakukan negosiasi kontrak jangka panjang dengan penyedia layanan terkait (Pesawat) dan mencari solusi inovatif untuk mengurangi biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas layanan. Dengan demikian, Perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis, tetapi juga pada pemberian layanan terbaik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Fasilitas yang disediakan dalam setiap paket meliputi tiket pulang-pergi dengan keberangkatan dari Surabaya, visa umroh atau haji, dan SISKOPATUH yang menjamin kepatuhan dan keamanan jamaah selama perjalanan. Selain itu, akomodasi di hotel berbintang dengan layanan makan tiga kali sehari juga disediakan untuk menjamin kenyamanan peserta. Paket umroh plus ini juga mencakup pemandu muthawwif yang berpengalaman untuk membantu jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh dengan baik dan benar, serta tour leader yang akan mendampingi peserta selama perjalanan wisata religi.

Layanan handling profesional, bus untuk transportasi lokal, dan asuransi perjalanan juga termasuk dalam paket ini, memberikan rasa aman dan nyaman bagi para jemaah.

Selain itu, setiap jemaah akan menerima air zam-zam sebanyak 5 liter dan perlengkapan ibadah yang lengkap. Perlengkapan yang disediakan oleh PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik mencakup koper berkualitas, tas paspor, tas kabin atau tenteng, syal, batik sebagai pakaian seragam, buku panduan ibadah yang informatif, kain umroh atau ihrom, sabuk, mukenah untuk perempuan, dan kerudung. Dengan berbagai fasilitas lengkap dan layanan profesional, paket umroh plus dari PT. Permata Zain Al Miftah memastikan pengalaman ibadah dan wisata religi yang memuaskan, nyaman, dan tak terlupakan bagi setiap jemaah.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Permata Zain Al Miftah Bungah Gresik berhasil mempertahankan daya saing di industri travel umroh dan haji dengan mengoptimalkan lokasi strategis, menerapkan prinsip syariah dalam layanan, serta berinovasi dalam strategi pemasaran digital. Analisis daya saing yang dilakukan perusahaan terhadap kompetitor umroh lain, serta peningkatan kualitas operasional dan pengalaman pelanggan, membantu perusahaan tetap relevan dan kompetitif. Dalam manajemen operasional, perusahaan telah mengimplementasikan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang efektif dengan berfokus pada kualitas layanan, efisiensi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dengan menawarkan berbagai pilihan paket umroh yang fleksibel dan lengkap, serta menjalin kerjasama jangka panjang dengan penyedia layanan, PT. Permata Zain mampu mengurangi biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas. Perusahaan juga menekankan pentingnya loyalitas pelanggan melalui penyediaan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, yang memperkuat kepercayaan jemaah. Secara keseluruhan, PT. Permata Zain Al Miftah terus berupaya menjaga dan meningkatkan daya saing dengan fokus pada manajemen operasional Islami yang berkelanjutan dan strategi pemasaran yang inovatif.



## DAFTAR RUJUKAN

- Mariani. (2022). *Manajemen Operasional Pada Proses Produksi Perusahaan*. 2.
- Nazaruddin, N., Hidayat, R., & Andreas, R. (2020). Analisis strategi pemasaran dan pelayanan dalam upaya peningkatan kualitas daya saing biro perjalanan haji dan umroh prospektif ekonomi syari'ah (studi pada pt. Makkah multazam safir dan al madinah). *Nizham Journal of Islamic Studies*, 8(01), 1. <https://doi.org/10.32332/nizham.v8i01.2090>
- Pakpahan, R. (2021). *Analisa Pengaruh Implementasi Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia*.
- Purnomo, M. D., & Astuningsih, S. E. (2021). Implementasi Manajemen Operasional Pada Cv. Hanafi Mulya Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 7(1), 59-67. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4894>
- Rahman, I. R. S. (t.t.). *Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)*.
- Rizqiyana, F. S. (2018). *Strategi Promosi Social Media Instagram Pt. Paramuda Cahaya Nusantara Travel Tangerang Selatan*.
- Sulistiyono. (2015). *Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik Vynil Di Yogyakarta*.