

## **Eksplorasi Proses Rekrutmen Dan Pelatihan Karyawan Serta Strategi Promosi Pemasaran Pada Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat**

**Sri Kasnelly<sup>1</sup>, Pirda Aulia<sup>1\*</sup>**

IAI An-Nadwah Kuala Tungkal, Indonesia

Email: [frdh.kurnain000@gmail.com](mailto:frdh.kurnain000@gmail.com)\*

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji implementasi prinsip-prinsip syariah dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) meliputi rekrutmen dan pelatihan karyawan, serta strategi promosi pemasaran pada Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat. Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, diperoleh hasil penelitian bahwa Ajwa Tour telah mengimplementasikan sistem Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang mengintegrasikan prinsip syariah secara komprehensif. Proses rekrutmen dirancang dengan prinsip keadilan dan transparansi, menyeimbangkan penilaian kompetensi teknis dengan evaluasi mendalam terhadap karakter spiritual dan akhlak. Program pengembangan SDM mengadopsi model dual-track, yang secara harmonis menggabungkan pelatihan teknis operasional dengan pembinaan kapasitas keagamaan, didukung oleh metode pembelajaran 70:20:10. Lebih lanjut, perusahaan menerapkan model pengembangan kompetensi integratif triple-track yang memperkaya pendekatan MSDM konvensional, dengan menyelaraskan penguasaan teknis, pendalaman spiritual, dan kemampuan menerapkan nilai syariah dalam praktik bisnis nyata. Melalui strategi yang holistik dan kontekstual ini, Ajwa Tour berhasil membangun model SDM yang tidak hanya unggul secara profesional tetapi juga kokoh dalam identitas nilai Islam, sekaligus menawarkan kerangka best practice untuk industri pariwisata syariah.

**Kata Kunci:** Rekrutmen; Pelatihan Karyawan; Strategi Promosi

### **Abstract**

*This study examines the implementation of sharia principles in Human Resource (HR) management, covering employee recruitment and training, as well as marketing promotion strategies at Ajwa Tour Indonesia, Tanjung Jabung Barat Branch. Using a qualitative case study approach, the research findings indicate that Ajwa Tour has implemented a Human Resource Management (HRM) system that comprehensively integrates sharia principles. The recruitment process is designed with justice and transparency, balancing the assessment of technical competence with an in-depth evaluation of spiritual character and morals. The HR development program adopts a dual-track model, harmoniously combining technical operational training with religious capacity building, supported by the 70:20:10 learning method. Furthermore, the company implements a triple-track integrative competency development model that enriches the conventional HRM approach by aligning technical mastery, spiritual deepening, and the ability to apply sharia values in real business practices. Through this holistic and contextual strategy, Ajwa Tour has successfully built an HR model that is not*

*only professionally excellent but also strong in Islamic value identity, while offering a best practice framework for the sharia tourism industry.*

**Keywords:** *Recruitment; Employee Training; Marketing Promotion Strategies*

## **PENDAHULUAN**

Haji dan umroh yang sangat masif dan memiliki daya tahan ekonomi yang kuat. Potensi ini tercermin dari data kuota haji yang selalu jauh lebih kecil daripada permintaan, sementara pasar umroh menunjukkan tren pemulihan yang signifikan pasca pandemi. Fenomena ini meningkatkan persaingan pada harga dan fasilitas dan telah merambah pada aspek kepercayaan dan integritas.<sup>1</sup> Telah terjadi pergeseran paradigma signifikan di kalangan konsumen Muslim Indonesia. Masyarakat yang semakin melek digital dan memiliki literasi keagamaan yang tinggi telah berkembang menjadi konsumen yang kritis dan cerdas.<sup>2</sup> Memandang ibadah umroh sebagai produk wisata biasa, melainkan sebagai perjalanan spiritual suci yang memerlukan kepastian kehalalan dan kesesuaiannya dengan syariat Islam dalam seluruh aspeknya, termasuk tata kelola internal perusahaan.<sup>3</sup>

Penerapan manajemen bisnis syariah yang holistik, khususnya dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), telah menjadi kebutuhan sekaligus *diferensiator* strategis yang powerful. Karyawan yang berperan sebagai ujung tombak diharapkan tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki integritas moral dan kompetensi religius, yang hanya dapat dibangun melalui proses rekrutmen dan pelatihan, serta strategi promosi pemasaran yang dijiwai nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan amanah.<sup>4</sup> Model evaluasi kinerja menggunakan *balanced scorecard* yang mengukur secara proporsional antara pencapaian indikator teknis dan implementasi nilai-nilai spiritual dalam pelayanan.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Suara Islam, *Daftar Tunggu Haji Capai 20 Tahun, Masyarakat Beralih ke Umrah*, (2024).

<sup>2</sup> Rizqo, *Gen Z dan Milenial Didorong Jadi Duta Wisata Halal*, (CNN Indonesia: 2023). Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231025145141-92-1017251/gen-z-dan-milenial-didorong-jadi-duta-wisata-halal>

<sup>3</sup> TIMES Indonesia, *Potensi Ekonomi Umrah: 2 Juta Jamaah dan Rp50 Triliun di 2024*, (2024). Diakses dari <https://www.timesindonesia.co.id/read/1345675/potensi-ekonomi-umrah-2-juta-jamaah-dan-rp50-triliun-di-2024>

<sup>4</sup> Amalia, R. T, *Konsep Manajemen Syariah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(2): 2019) <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/jebis/article/view/1901>

<sup>5</sup> Musytari, *Peningkatan Kualitas Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Lembaga Keuangan Syariah*, (Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi: 2025).

## Eksplorasi Proses Rekrutmen Dan Pelatihan Karyawan Serta Strategi Promosi Pemasaran Pada Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat

---

Rekrutmen anggota dalam konteks travel haji dan umroh merujuk pada proses sistematis untuk mencari, menyeleksi, dan menetapkan calon tenaga kerja (seperti pemandu ibadah/*guide* haji, tim operasional, *customer service*, dan tenaga pendukung) yang memiliki kompetensi teknis, pemahaman agama yang mendalam, serta integritas yang tinggi untuk mendukung operasional penyelenggaraan ibadah.<sup>6</sup> Proses ini tidak hanya berfokus pada keterampilan manajemen perjalanan, tetapi juga pada kesesuaian nilai spiritual, kemampuan berkomunikasi dengan jamaah dari berbagai latar belakang, serta pemahaman terhadap regulasi keagamaan dan administrasi dari otoritas Saudi Arabia dan Indonesia (Kementerian Agama).<sup>7</sup> Rekrutmen yang efektif bertujuan membangun tim yang mampu mengelola kompleksitas logistik, memberikan pendampingan spiritual, dan memastikan pengalaman ibadah yang nyaman dan sesuai syariah bagi jamaah.

Pentingnya rekrutmen anggota yang berkualitas sangat krusial karena langsung berdampak pada reputasi, kepuasan jamaah, dan keberlanjutan bisnis travel haji/umroh.<sup>8</sup> Pertama, anggota tim yang kompeten dan berkarakter baik menjadi garda terdepan dalam memastikan keselamatan, kenyamanan, dan keabsahan ibadah jamaah, yang merupakan tanggung jawab moral dan hukum perusahaan.<sup>9</sup> Kedua, industri ini sangat diatur oleh regulasi ketat (seperti kuota dan kebijakan Saudi), sehingga membutuhkan staf yang paham prosedur *compliance* untuk menghindari risiko pembatalan atau sanksi.<sup>10</sup> Ketiga, dalam persaingan bisnis yang ketat, kualitas layanan yang diberikan oleh tim yang direkrut dengan baik menjadi diferensiasi utama dan membangun loyalitas jamaah. Studi menunjukkan bahwa kesalahan rekrutmen dapat menyebabkan keluhan jamaah, penurunan kepercayaan, bahkan konflik selama ibadah, sehingga investasi dalam proses seleksi yang ketat merupakan strategi untuk mitigasi risiko dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

---

<sup>6</sup> Ahmed, S., & Salleh, N.M, *Human Resource Management in Islamic Tourism: A Study on Recruitment Practices for Hajj and Umrah Travel Agencies*, (Journal Of Islamic Marketing, 14(2): 2023).

<sup>7</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Pedoman Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah*, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, 2024.

<sup>8</sup> Rahman, M. K., & Said, M. I, *Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in Hajj and Umrah Travel Services: The Role of Human Resource Quality*, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 11(1):2023).

<sup>9</sup> Aljughaiman, A. A., & Ngah, A. H, *Competency Framework for Hajj and Umrah Guides: Ensuring Service Quality and Spiritual Satisfaction*. (Tourism Management Perspectives, 41, 100938: 2022).

<sup>10</sup> Zain, F. M., & Ibrahim, A. H, *Strategic Recruitment in Halal Tourism: Addressing Challenges in Hajj and Umrah Operations*. (Journal of Halal Industry & Services, 4(1): 2021).

Kandidat pegawai dari latar belakang pendidikan pesantren menunjukkan penguasaan spiritual yang kuat namun memerlukan pengembangan signifikan dalam kompetensi teknis operasional. Sebaliknya, lulusan institusi umum memiliki keunggulan teknis namun memerlukan pembinaan mendalam dalam kapasitas spiritual.<sup>11</sup>

Pelatihan dalam rekrutmen anggota haji/umroh adalah proses pengembangan kompetensi yang sistematis, wajib, dan berbasis standar yang ditujukan kepada calon petugas yang telah lulus seleksi awal. Dalam konteks penyelenggaraan ibadah yang modern dan penuh regulasi (2021-2025), pelatihan berfungsi sebagai mekanisme kontrol kualitas untuk memastikan setiap anggota memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai dengan peraturan baik nasional (Kementerian Agama RI) maupun internasional (otoritas Arab Saudi).<sup>12</sup> Cakupan materinya meliputi penguasaan sistem digital seperti Siska dan E-Haji, penerapan protokol kesehatan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*), manajemen logistik dan krisis, serta pendalaman fiqh manasik kontemporer.<sup>13</sup> Tujuannya adalah menciptakan tenaga yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki pemahaman yang seragam terhadap SOP, sehingga dapat menjadi agen pelayanan yang efektif dan amanah di lapangan.

Secara lebih mendalam, esensi pelatihan ini adalah membangun resilience atau ketangguhan mental spiritual di tengah kompleksitas tugas di Tanah Suci. Metodenya pun telah berevolusi, menggabungkan pembelajaran daring (*e-learning*) untuk materi teoritis dengan pelatihan luring intensif yang sarat simulasi, seperti *role-play* penanganan jamaah berkebutuhan khusus, *table top exercise* untuk manajemen insiden, dan praktik bimbingan manasik.<sup>14</sup> Fokus pada *soft skill* seperti komunikasi empatik, negosiasi, dan kerja tim lintas budaya menjadi sangat krusial.<sup>15</sup> Pelatihan juga menjadi sarana

---

<sup>11</sup> Dewi Nur Fajriyati, Arivatu Ni'mati Rahmatika, Bakti Widyaningsih, *Integrasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Konteks Ekonomi Islam*, (QOSIM : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora, 2025).

<sup>12</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Pedoman Teknis Penyelenggaraan Bimbingan Manasik Haji dan Umrah serta Pelatihan Petugas*, (Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah: 2024).

<sup>13</sup> Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) & Kementerian Agama RI, *Modul Pelatihan Keamanan Pangan dan Kesehatan bagi Petugas Haji dan Umrah*, 2023.

<sup>14</sup> Al-Ghamdi, A. S., & Al-Saggaf, M. A, *The Role of Digital Training Platforms in Enhancing the Competence of Hajj Service Providers: A Case Study of the 'Mutawef' Training Program*, (International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 11(2): 2023).

<sup>15</sup> World Health Organization (WHO) & Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Health, *Health Guidelines for Mass Gatherings During Hajj and Umrah: A Training Manual for Frontline Workers*, 2022.

internalisasi nilai-nilai spiritual dan etika pelayanan, mengingat petugas merupakan perpanjangan tangan dari lembaga dan negara dalam mendampingi perjalanan spiritual jamaah.<sup>16</sup> Evaluasi akhir yang ketat menjadi penentu kelulusan, menegaskan bahwa pelatihan adalah investasi sumber daya manusia yang strategis untuk menjamin kualitas dan keberlangsungan penyelenggaraan ibadah.

Setiap materi komunikasi melalui berbagai saluran media dirancang untuk menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dan tadlis (penipuan) yang dilarang dalam prinsip muamalah Islam.<sup>17</sup> Media tradisional bernuansa religius seperti spanduk di area masjid, majalah komunitas keagamaan, dan radio dakwah tetap dimanfaatkan untuk menjangkau segmen masyarakat yang kurang terpapar media digital. Yang menjadi kekuatan utama adalah konsistensi pesan dan nilai-nilai yang disampaikan di semua saluran.<sup>18</sup> Mekanisme pemeriksaan etika yang ketat diterapkan untuk setiap konten promosi, dimana seluruh materi harus melalui proses validasi oleh tim kepatuhan syariah. Proses validasi ini memastikan tidak adanya konten yang mengandung unsur kebohongan, manipulasi fakta, atau penyesatan informasi.<sup>19</sup> Pendekatan ini menciptakan positioning yang unik di pasar, dimana kejujuran justru menjadi proposisi nilai utama.

Dalam konteks bisnis travel haji dan umroh yang sangat bergantung pada kepercayaan (*trust-based industry*), strategi promosi utama harus berfokus pada membangun kredibilitas dan diferensiasi melalui transparansi dan bukti sosial (*social proof*).<sup>20</sup> Langkah kritis meliputi mempromosikan sertifikasi resmi dari Kementerian Agama RI dan asosiasi seperti ASPHURINDO sebagai dasar legitimasi, serta menyajikan *breakdown* biaya yang detail dan transparan untuk menghilangkan kecurigaan biaya tersembunyi.<sup>21</sup> Konten promosi harus edukatif, seperti video pelatihan pembimbing, tips persiapan ibadah dari ahli, dan dokumentasi perjalanan yang autentik, yang

---

<sup>16</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, dan Peraturan Menteri Agama No. 15 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama No. 4 Tahun 2019 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Ibadah Umrah.

<sup>17</sup> Andri Oktaviani, *Komunikasi Pemasaran*, (Yogyakarta: Pustaka Barupress, 2023).

<sup>18</sup> Fauziah, Nur, *Penerapan Islamic Marketing Strategy dan Islamic Human Resource Management di UB. Surya Madiun*, (Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 1(1), 2021).

<sup>19</sup> Soleh, Budiman. Samudi, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Menurut Ekonomi Islam pada Bisnis Batik Lokal Khas Lebak*, (Journal of Humanities and Education Studies, 8(2), 2025).

<sup>20</sup> Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I, *Marketing 5.0: Technology for Humanity*, (Wiley, 2021).

<sup>21</sup> Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 14 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Ibadah Umrah, Pasal 22 mengenai Kewajiban Transparansi Biaya.

dipublikasikan melalui kanal media sosial dan website yang dioptimalkan dengan SEO.<sup>22</sup> Testimoni jamaah yang dapat diverifikasi, dilengkapi nama dan foto, serta penunjukkan *key opinion leaders* (Kiyai atau publik figur) yang relevan menjadi bukti sosial paling kuat untuk meyakinkan calon jamaah yang berada dalam fase pertimbangan tinggi.

Strategi berikutnya adalah menciptakan diferensiasi kompetitif melalui inovasi layanan dan pengalaman pelanggan yang unik, yang secara aktif dipromosikan sebagai nilai tambah.<sup>23</sup> Travel dapat mempromosikan program eksklusif seperti *pre-departure intensive training* dengan sistem *coaching*, aplikasi pemantauan jamaah (*tracking system*) *real-time* selama di Arab Saudi, atau kemitraan dengan klinik kesehatan ternama untuk pemeriksaan dan pendampingan khusus. Promosi melalui *content marketing* yang bernuansa personal dan spiritual, seperti kisah perjalanan transformatif jamaah, lebih efektif daripada sekadar iklan diskon.<sup>24</sup> Pemanfaatan platform digital untuk kampanye *remarketing* dan pengelolaan *leads* secara profesional juga penting, namun semua taktik ini harus didukung oleh konsistensi layanan nyata. Pada akhirnya, strategi promosi terbaik adalah menepati semua janji yang diikrarkan dalam iklan, karena dalam industri ini, reputasi adalah aset sekaligus promosi yang paling berharga.<sup>25</sup>

Kajian terdahulu dalam industri travel umroh dan haji banyak terfokus pada aspek pemasaran, kualitas layanan, serta faktor keputusan konsumen dengan lokus penelitian di kantor pusat perusahaan di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, sementara literatur mengenai manajemen SDM syariah masih didominasi pembahasan di sektor perbankan dan keuangan sehingga terdapat celah untuk mengeksplorasi penerapan prinsip syariah dalam fungsi manajemen SDM pada bisnis travel umroh, khususnya di level cabang atau lokasi non-metropolitan, mengingat bisnis jasa ini sangat mengandalkan kepercayaan.<sup>26</sup>

---

<sup>22</sup> Septianto, F., & Paramita, W, *Leveraging Religious Identity and Social Proof in Service Marketing: A Study of Muslim-Friendly Tourism in Indonesia*, Journal of Islamic Marketing, 13(8): 2022).

<sup>23</sup> Asosiasi Penyelenggara Haji dan Umrah Indonesia (ASPHURINDO), *Kode Etik dan Standar Pelayanan Penyelenggara Haji dan Umrah*, 2023.

<sup>24</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Panduan Pengembangan Konten Kreatif untuk Pariwisata Halal*, 2024.

<sup>25</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Putusan Mahkamah Agung mengenai Penyelesaian Sengketa Perjalanan Ibadah (2022).

<sup>26</sup> Alami, F. S. Hendar, H, *Trust and Reputation in the Islamic Travel Business: A Study of Muslim-Friendly Tourism in Indonesia*, (Journal of Islamic Marketing: 2020).

## **Eksplorasi Proses Rekrutmen Dan Pelatihan Karyawan Serta Strategi Promosi Pemasaran Pada Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat**

---

Penelitian ini memilih untuk mengeksplorasi penerapan manajemen bisnis syariah Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat, yang menawarkan dinamika sosial, ekonomi, budaya yang berbeda, di mana ikatan komunitas lebih kuat, reputasi dibangun melalui kedekatan personal, dan akses terhadap SDM memiliki karakteristiknya sendiri. Penelitian ini secara spesifik akan mengkaji secara mendalam pilar fundamental manajemen SDM syariah yaitu rekrutmen dan pelatihan, serta strategi promosi, dalam membangun kepercayaan dan bersaing.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.<sup>27</sup> Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk menyelidiki objek penelitian Ajwa Tour Cabang Tanjung Jabung Barat, secara mendetail dan alamiah, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Rekrutmen dan Seleksi**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, proses rekrutmen di Ajwa Tour didesain untuk merefleksikan prinsip keadilan Islami secara komprehensif. Mekanisme rekrutmen dilaksanakan melalui sistem terbuka dimana seluruh persyaratan administratif dan kualifikasi teknis diumumkan secara transparan sejak tahap awal. Proses seleksi dirancang untuk meminimalisasi potensi bias dan mencegah praktik nepotisme, dengan menerapkan standar penilaian yang terukur dan objektif bagi semua kandidat. Selain mengevaluasi kompetensi teknis yang meliputi penguasaan sistem administrasi, kemampuan pemasaran, dan pengoperasian perangkat lunak, proses penilaian juga mencakup evaluasi mendalam terhadap aspek spiritual dan karakter. Pemahaman agama Islam, penilaian akhlak al-karimah, serta keselarasan nilai-nilai pribadi dengan visi misi perusahaan menjadi komponen krusial dalam evaluasi kandidat. Sistem penilaian ini

---

<sup>27</sup> Ahmad, Luthfi. Sri, Kasnelly. Abd, Hamid, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Sumatra Barat: PT. Insan Cendikia Mandiri, 2022)

didukung oleh metode wawancara yang dirancang khusus untuk menguji integritas moral dan konsistensi nilai-nilai Islam dalam berbagai skenario kerja.<sup>28</sup>

Proses rekrutmen dan seleksi di Ajwa Tour sudah sesuai dengan prinsip MSDM modern karena menerapkan transparansi, objektivitas, dan penilaian kompetensi teknis, namun sekaligus mengembangkannya ke arah MSDM Syariah dengan mengintegrasikan penilaian mendalam terhadap aspek spiritual, akhlak, dan keselarasan nilai sebagai komponen kritis dalam seleksi.

## **2. Program Pengembangan dan Pelatihan**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, program pengembangan dan pelatihan SDM di Ajwa Tour dirancang dengan pendekatan sistem *dual-track* yang mengintegrasikan secara harmonis antara penguatan kompetensi teknis operasional dengan pembinaan kapasitas spiritual. Struktur kurikulum pelatihan didesain dengan komposisi seimbang dimana 50% materi difokuskan pada penguasaan teknis operasional perjalanan umrah, sementara 50% lainnya dikonsentrasikan pada pengembangan spiritual dan pemahaman nilai-nilai syariah. Program pelatihan teknis mencakup modul-modul spesifik seperti manajemen dokumen perjalanan, sistem reservasi digital, penanganan logistik, serta teknik pelayanan pelanggan dalam konteks perjalanan ibadah. Sementara itu, program pengembangan spiritual meliputi pendalaman fiqh manasik umrah, etika melayani jamaah berdasarkan teladan Rasulullah SAW, serta kemampuan konsultasi keagamaan dasar. Yang menjadi pembeda utama adalah pendekatan integratif dimana setiap materi teknis selalu dikaitkan dengan dimensi spiritual dan nilai-nilai syariah yang relevan. Metode pembelajaran menerapkan konsep 70, 20, 10, dimana 70% proses belajar berasal dari pengalaman langsung di lapangan, 20% melalui program bimbingan dan pendampingan, dan 10% melalui pelatihan formal terstruktur. Sistem bimbingan menjadi tulang punggung program pengembangan, dimana karyawan baru dipasangkan dengan senior yang telah mumpuni dalam kedua aspek kompetensi.<sup>29</sup>

Program pengembangan dan pelatihan di Ajwa Tour tersebut telah sesuai dengan prinsip inti MSDM karena memiliki kurikulum terstruktur, metode pembelajaran

---

<sup>28</sup> Habib Nazim Al Muthahar, *Rekrutmen dan Seleksi calon anggota Ajwa Tour*, Kuala Tungkal 27 Oktober 2025

<sup>29</sup> Serianti, *Program Pengembangan dan Pelatihan*, Kuala Tungkal, 27 Oktober 2025.



berjenjang (model 70:20:10), dan sistem bimbingan yang efektif untuk meningkatkan kompetensi teknis karyawan. Namun, program ini sekaligus memperluas dan mengkhususkan teori MSDM konvensional dengan menerapkan pendekatan *dual-track* yang unik, di mana penguatan kemampuan operasional (seperti manajemen dokumen dan logistik) diintegrasikan secara seimbang dan harmonis dengan pembinaan kapasitas spiritual (seperti pendalaman fiqih manasik dan etika pelayanan berdasarkan syariah), sehingga menciptakan sebuah model pengembangan SDM yang holistik dan selaras dengan nilai-nilai inti perusahaan.

### **3. Model Pengembangan Kompetensi Integratif**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Ajwa Tour mengembangkan model sistem pengembangan tiga jalur yang secara komprehensif mencakup tiga domain kompetensi yaitu teknis operasional, spiritual keagamaan, dan integrasi nilai. Pada jalur teknis operasional, karyawan menjalani program pelatihan standar industri yang meliputi manajemen dokumen perjalanan, sistem logistik, manajemen hubungan pelanggan, dan penanganan krisis dalam konteks perjalanan ibadah. Jalur spiritual keagamaan difokuskan pada penguatan kapasitas intelektual dan spiritual yang meliputi pendalaman fiqih muamalah, penguasaan manasik, teknik bimbingan spiritual, serta pendekatan konsultasi keagamaan yang sesuai dengan konteks perjalanan umrah. Sementara jalur integrasi nilai dirancang khusus untuk mengembangkan kemampuan dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam situasi nyata dan kompleksitas praktik bisnis sehari-hari.

Program intensif menjadi pilar utama dalam menyatukan ketiga jalur kompetensi ini. Program selama lima hari ini dirancang dengan metode pembelajaran pengalaman yang menggabungkan simulasi kasus nyata, bermain peran dalam menangani berbagai skenario pelayanan jamaah, serta pendalaman spiritual secara intensif. Metode pembelajaran kolaboratif ini memungkinkan peserta untuk menginternalisasi nilai-nilai syariah sekaligus mengembangkan kompetensi teknis secara bersamaan.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, perusahaan mengembangkan program pelatihan jembatan yang bersifat spesifik dan personal. Karyawan dengan latar belakang pesantren mengikuti program akselerasi penguasaan sistem digital, manajemen dokumen modern, dan standar operasional biro perjalanan internasional. Sementara karyawan dari latar belakang umum menjalani program pendalaman keislaman yang meliputi studi fiqih

kontemporer, teknik komunikasi islami, dan internalisasi nilai-nilai akhlak al-karimah dalam konteks profesional. Strategi jangka panjang meliputi pengembangan kemitraan strategis dengan pondok pesantren modern dan institusi pendidikan vokasi pariwisata. Program magang yang terstruktur memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan bakat potensial sejak dini. Sistem manajemen bakat yang terintegrasi memastikan adanya jalur pengembangan berkelanjutan bagi setiap karyawan untuk mencapai keseimbangan optimal antara kompetensi teknis dan spiritual.<sup>30</sup>

Model pengembangan kompetensi integratif di Ajwa Tour ini telah sesuai dan memperkaya teori MSDM konvensional karena menerapkan pendekatan *triple-track* yang holistik, mencakup pengembangan kompetensi teknis, spiritual-keagamaan, dan kemampuan integrasi nilai dalam situasi nyata. Program ini menggabungkan metode pembelajaran pengalaman (70:20:10), program pelatihan jembatan yang personal untuk menutupi kesenjangan kompetensi awal, serta strategi jangka panjang seperti kemitraan dan manajemen bakat, sehingga tidak hanya membangun keterampilan profesional tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai syariah secara kontekstual sesuai kebutuhan bisnis perusahaan.

#### **4. Strategi Promosi dan Komunikasi Etika Bisnis Berlandaskan Amanah**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, strategi promosi dan komunikasi, Ajwa Tour konsisten menerapkan prinsip amanah dan transparansi syariah. Seluruh materi promosi dan konten komunikasi melalui berbagai saluran media dirancang untuk menghindari praktik gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan). Strategi komunikasi pemasaran Ajwa Tour mengedepankan prinsip transparansi dengan secara proaktif mengungkapkan keterbatasan dan kondisi aktual dari setiap paket perjalanan. Detail informasi mengenai akomodasi, transportasi, fasilitas, serta potensi keterbatasan dijelaskan secara komprehensif sejak tahap awal komunikasi. Strategi komunikasi dari mulut ke mulut dikembangkan secara sistematis melalui pembangunan komunitas jamaah yang solid. Program alumni jamaah dirancang khusus untuk menciptakan duta merek yang secara organik menyebarkan pengalaman positif mereka. Kesaksian yang autentik dari tokoh masyarakat dan figur religius setempat dimanfaatkan sebagai bukti sosial yang powerful dalam membangun kredibilitas. Pendekatan komunikasi personal yang bersifat kekeluargaan menjadi ciri khas strategi pemasaran perusahaan. Staf pemasaran tidak

---

<sup>30</sup> Habib Nazim Al Muthahar, *Model Pengembangan Kompetensi*, Kuala Tungkal 27 Oktober 2025.

hanya berperan sebagai tenaga penjual, tetapi berfungsi sebagai konsultan spiritual yang siap mendengarkan dan memahami kebutuhan spesifik setiap calon jamaah. Fleksibilitas dalam menyusun paket yang mempertimbangkan kondisi ekonomi masyarakat lokal, tanpa mengorbankan prinsip syariah, menunjukkan komitmen keadilan dalam berbisnis. Grup WhatsApp menjadi saluran komunikasi yang paling efektif untuk membangun keterlibatan yang berkelanjutan dengan calon jamaah. Melalui grup ini, perusahaan tidak hanya memberikan informasi praktis, tetapi juga menyelenggarakan bimbingan virtual, tanya jawab keagamaan, dan pendampingan spiritual pra keberangkatan. Pendekatan ini menciptakan pengalaman pelanggan yang holistik dan bernilai tambah tinggi.

Sistem pengukuran efektivitas strategi komunikasi melalui masukan dari jamaah, baik yang bersifat positif maupun kritik konstruktif, menjadi bahan berharga untuk proses penyempurnaan dan inovasi dalam strategi komunikasi pemasaran. Sistem pemantauan dan evaluasi yang ketat diterapkan untuk memastikan konsistensi antara janji dalam materi promosi dengan realitas layanan yang diberikan. Setiap penyimpangan antara komitmen promosi dan implementasi layanan mendapatkan penanganan khusus dan menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata konsumen, tetapi juga menciptakan citra merek yang berkelanjutan dan sulit ditiru oleh pesaing.<sup>31</sup>

Berdasarkan analisis, strategi promosi dan komunikasi Ajwa Tour tidak hanya sesuai, tetapi merupakan perwujudan ideal dari etika bisnis berlandaskan amanah dalam perspektif MSDM yang bernuansa syariah, karena seluruh praktiknya mulai dari transparansi informasi untuk menghindari gharar, pemanfaatan testimoni autentik, pendekatan komunikasi personal yang konsultatif, hingga sistem pemantauan untuk menjamin konsistensi antara janji dan realitas layanan dibangun di atas prinsip kepercayaan, akuntabilitas, dan integritas, yang tidak hanya sekadar memenuhi fungsi pemasaran namun secara operasional dijalankan oleh SDM yang difungsikan sebagai konsultan spiritual, sehingga menciptakan ekosistem komunikasi yang etis, holistik, dan berkelanjutan yang selaras dengan nilai inti perusahaan.

---

<sup>31</sup> Habib Nazim Al Muthahar, *Strategi Promosi dan Komunikasi Etika Bisnis Berlandaskan Amanah*, Kuala Tungkal, 27 Oktober 2025.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa Ajwa Tour telah mengembangkan dan menerapkan sebuah model Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang unik dan komprehensif, yang secara efektif mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam seluruh siklus SDM. Model ini dimulai dari proses rekrutmen dan seleksi yang tidak hanya transparan dan objektif, tetapi juga menempatkan penilaian akhlak, spiritualitas, dan keselarasan nilai sebagai kriteria krusial, sehingga memastikan kesesuaian fundamental antara individu dengan visi perusahaan. Selanjutnya, program pengembangan dan pelatihan yang dijalankan menerapkan pendekatan *dual-track* dan *triple-track*, di mana penguatan kompetensi teknis operasional berjalan seimbang dan terintegrasi dengan pendalaman kapasitas spiritual serta kemampuan menerapkan nilai-nilai syariah dalam situasi kerja nyata, didukung oleh metode pembelajaran 70:20:10 dan sistem bimbingan yang efektif. Aspek ini dilengkapi dengan strategi promosi dan komunikasi yang seluruhnya dibangun di atas landasan etika bisnis Islami, khususnya prinsip amanah (kepercayaan) dan transparansi, di mana tim SDM berfungsi sebagai konsultan spiritual yang membangun hubungan jangka panjang berbasis kejujuran dan akuntabilitas. Secara keseluruhan, integrasi yang sinergis antara ketiga pilar utama rekrutmen berbasis nilai, pelatihan integratif, dan komunikasi etis telah menciptakan suatu ekosistem bisnis dan budaya organisasi yang kokoh, yang tidak hanya mendorong keunggulan operasional dan keberlanjutan bisnis, tetapi juga membangun diferensiasi kompetitif yang unik dan kepercayaan (*trust*) yang mendalam dari para *stakeholder*, khususnya jamaah umrah, sehingga menjadikan Ajwa Tour sebagai contoh praktis dari operasionalisasi MSDM Syariah yang ideal dan berkelanjutan.

## **REFERENSI**

- Ahmed, S., & Salleh, N.M. *Human Resource Management in Islamic Tourism: A Study on Recruitment Practices for Hajj and Umrah Travel Agencies*. Journal of Islamic Marketing, 14(2). 2023.
- Al-Ghamdi, A. S., & Al-Saggaf, M. A. *The Role of Digital Training Platforms in Enhancing the Competence of Hajj Service Providers: A Case Study of the*

- 'Mutawef' Training Program*. International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 11(2). 2023.
- Alami, F. S., & Hendar, H. *Trust and Reputation in the Islamic Travel Business: A Study of Muslim-Friendly Tourism in Indonesia*. Journal of Islamic Marketing. 2020.
- Aljughaiman, A. A., & Ngah, A. H. *Competency Framework for Hajj and Umrah Guides: Ensuring Service Quality and Spiritual Satisfaction*. Tourism Management Perspectives, 41, 100938. 2022.
- Amalia, R. T. *Konsep Manajemen Syariah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(2). 2019.
- Andri Oktaviani. *Komunikasi Pemasaran*. Pustaka Barupress. 2023.
- Asosiasi Penyelenggara Haji dan Umrah Indonesia (ASPHURINDO). *Kode Etik dan Standar Pelayanan Penyelenggara Haji dan Umrah*. 2023.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) & Kementerian Agama RI. *Modul Pelatihan Keamanan Pangan dan Kesehatan bagi Petugas Haji dan Umrah*. 2023.
- Dewi Nur Fajriyati, Arivatu Ni'mati Rahmatika, & Bakti Widyaningsih. *Integrasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Konteks Ekonomi Islam*. QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora. 2025.
- Fauziah, Nur. *Penerapan Islamic Marketing Strategy dan Islamic Human Resource Management di UB*. Surya Madiun. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 1(1). 2021.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Pedoman Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. 2024.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Pedoman Teknis Penyelenggaraan Bimbingan Manasik Haji dan Umrah serta Pelatihan Petugas*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. 2024.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Panduan Pengembangan Konten Kreatif untuk Pariwisata Halal*. 2024.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley. 2021.
- Musytari. *Peningkatan Kualitas Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi. 2025.

**Eksplorasi Proses Rekrutmen Dan Pelatihan Karyawan Serta Strategi Promosi  
Pemasaran Pada Ajwa Tour Indonesia Cabang Tanjung Jabung Barat**

---

- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 14 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Ibadah Umrah.
- Rahman, M. K., & Said, M. I. *Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in Hajj and Umrah Travel Services: The Role of Human Resource Quality*. International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 11(1). 2023.
- Rizqo. *Gen Z dan Milenial Didorong Jadi Duta Wisata Halal*. CNN Indonesia. 2023.
- Septianto, F., & Paramita, W. *Leveraging Religious Identity and Social Proof in Service Marketing: A Study of Muslim-Friendly Tourism in Indonesia*. Journal of Islamic Marketing, 13(8). 2022.
- Soleh, Budiman & Samudi. *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Menurut Ekonomi Islam pada Bisnis Batik Lokal Khas Lebak*. Journal of Humanities and Education Studies, 8(2). 2025.
- Suara Islam. *Daftar Tunggu Haji Capai 20 Tahun, Masyarakat Beralih ke Umrah*. 2024.
- TIMES Indonesia. *Potensi Ekonomi Umrah: 2 Juta Jamaah dan Rp50 Triliun di 2024*. 2024.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah.
- World Health Organization (WHO) & Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Health. *Health Guidelines for Mass Gatherings During Hajj and Umrah: A Training Manual for Frontline Workers*. 2022.
- Zain, F. M., & Ibrahim, A. H. *Strategic Recruitment in Halal Tourism: Addressing Challenges in Hajj and Umrah Operations*. Journal of Halal Industry & Services, 4(1). 2021.