

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagi umat Islam perjalanan umroh merupakan kegiatan yang sangat diharapkan. Kesempatan ibadah Haji yang terbatas, membuat ibadah umroh menjadi pilihan untuk beribadah di tanah suci. Selain itu kegiatan umroh tidak dibatasi waktu tertentu. Untuk mempermudah perjalanan ibadah umroh maka digunakan biro perjalanan umroh. Saat ini biro perjalanan umroh dapat ditemui di seluruh kota di Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia yang bergama Islam membuat usaha biro perjalanan umroh menjadi salah satu bentuk usaha yang berkembang dengan baik. Kegiatan umroh yang tidak dibatasi oleh waktu tertentu membuat beberapa orang melakukan umroh lebih dari satu kali. Perilaku ini membuat biro perjalanan umroh memiliki pelanggan yang menggunakan layanannya untuk ibadah umroh.

Semakin mudahnya melakukan ibadah umroh maka menimbulkan persaingan usaha pada biro perjalanan umroh. Perusahaan biro perjalanan umroh memasarkan layanan yang memiliki kelebihan tertentu sebagai pembanding dengan biro perjalanan umroh lainnya. Industri ini berfokus pada pemasaran jasa dan bercirikan pada keterlibatan tinggi pada

proses pengambilan keputusan pembelian dan bukan tipe pembelian impulsive.¹

Setiap tahun selalu muncul berita sejumlah jamaah yang dirugikan oleh travel dengan berbagai modus dan bahkan seringkali masalah yang sama terjadi berulang-ulang.² Hal ini disebabkan karena rendahnya pemahaman masyarakat terhadap resiko kerugian yang berpotensi dilakukan oleh travel yang tidak berizin dan pengelolaannya tidak benar serta terbatasnya tindakan pengawasan oleh pemerintah. Pengelolaan bisnis travel perjalanan umroh saat ini yang berujung pada penipuan dan merugikan jamaah merupakan masalah yang fenomenal.

Semakin tinggi umat Islam yang menginginkan beribadah ketanah suci, menjadi peluang yang menggiurkan bagi pelaku bisnis. Terbukti semakin banyak bermunculan agen travel yang memberikan jasa travel haji dan umroh, dari yang baru merintis sampai yang tengah membuka cabangnya di kota-kota biro perjalanan umroh pun berlomba-lomba memikat pelanggan dengan berbagai promosi-promosi dan strategi-strategi yang dapat menarik pelanggan. Dengan banyaknya bermunculan biro perjalanan umroh menyebabkan

¹ Anjanarko,& Mardikaningsih "Visual Merchandising dan Motivasi Hedonik terhadap Pembelian Impulsif" *jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, volume;3 no (3),2022

² Arman Kamal dan Diah Ayu Gustiningsih "Melawan Kapitalisme : Menguak Dimensi Kecurangan Travel Ibadah Umroh" *Tangible Journal*, Volume 4 No 1, Juni 2019

persaingan semakin ketat. Pemasaran sangat berpengaruh dalam mendapatkan calon jamaah bagi perusahaan biro tersebut.

Peran biro perjalanan umroh menjadi sangat penting bagi pelaksana ibadah umroh, mengingat nilai ibadah yang sangat tinggi, dan pelaksanaannya yang berada diluar Indonesia. Tuntutan akan kenyamanan dalam melaksanakan ibadah umroh diserahkan seluruhnya kepada biro perjalanan umroh. Biro perjalanan umroh pun juga dituntut untuk memberikan pelayanan kepada Jamaah umrah dengan baik. Dikarenakan mahalnya biaya ibadah umrah menyebabkan Jamaah umrah sangat kecewa apabila pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan umrah tidak sesuai dengan harapan mereka. Biro-biro perjalanan umrah berkompetisi menawarkan pembinaan, pelayanan dan kelebihan berbagai fasilitas untuk dapat menarik simpati para jamaah. Sehingga banyaklah bermunculan biro-biro penyelenggara umrah yang menawarkan harga dibawah standart. Otomatis banyaklah calon jamaah yang tergiur akan tawaran tersebut, membayar dengan harga murah dan dapat berangkat ketanah suci.³

Tingginya antusiasme atau keinginan masyarakat untuk beribadah umrah menyebabkan menjamurnya usaha-usaha

³ Irena Trisna Wijayanti "Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh". *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 2014.

biro jasa travel umroh .⁴ Biro jasa perjalanan wisata rohani yang memfasilitasi masyarakat dalam pelaksanaan ibadah umroh untuk berangkat ke kota Makkah disebut sebagai BPW (Biro Perjalanan Wisata). Biro perjalanan wisata harus bersertifikat dan bisa mengajukan izin sebagai Penyelenggara Perjalan Ibadah Haji dan Umrah (PPIU) dengan melengkapi berbagai macam persyaratan yang kemudian akan diberikan surat rekomendasi dari Menteri Agama sebagai syarat pengajuan permohonan izin operasional sebagai PPIU (Pedoman Pemberian Izin Operasional Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah Dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus Secara Elektronik). Data dari kementerian agama menjelaskan jika sebanyak 906 PPIU atau biro travel Penyelenggara Perjalan Ibadah Haji dan Umrah dan bahkan tidak ada pembatasan jumlah PPIU karena menyesuaikan tingginya minat dari masyarakat.⁵ Tidak ada pembatasan jumlah PPIU menyebabkan lemahnya pengawasan terhadap penyelenggaraan ibadah haji yang seharusnya dilakukan oleh Kemenag selaku instansi pemerintah yang berwenang dan mengeluarkan regulasi serta menaungi pelayanan ibadah haji

⁴ Fadillah “Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)” *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, IV(1).

⁵ Firman Muhammad Arif “ Penyelenggaraan Ibadah Umrah Berbasis Maslahat” *Journal of Islamic Economic Law*, 4(1), 2019

dan umrah yang mengakibatkan banyaknya PPIU yang nakal dan BPW yang tidak memiliki ijin sebagai PPIU.

Persaingan bisnis yang ketat dari biro perjalanan umroh dan haji membuat mereka memikirkan berbagai cara untuk mengirim calon jemaah haji di setiap perjalanan. Ada banyak cara yang dilakukan biro perjalanan untuk menarik pelanggan, salah satunya adalah dengan melakukan endorse terhadap publik figur dan promosi.⁶ Imingiming yang diberikan biro penyelenggara perjalanan nampaknya tidak sesuai dengan realita.⁷

Dalam undang undang No. 8 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan haji dan umrah menyatakan bahwa penyelenggaraan ibadah haji bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan yang sebaik-baiknya melalui sistem dan manajemen penyelenggaraan yang baik agar jemaah haji dapat melaksanakan ibadahnya sesuai dengan tuntunan agama yang berlaku serta jemaah haji dapat menciptakan kemandirian dan ketahanan pada penyelenggaraan ibadah haji dan umrah.⁸

⁶ Fadillah “Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)” *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, IV(1).

⁷ Gelmok Samosir”Studi normatif terhadap konsep perlindungan hukum korban penipuan first travel *jurnal rectum*,Vol. 5, No. 1, (2023) Januari : 503 - 518

⁸ Binda Kurniyasih, Romi Adetio Setiawan, Nonie Afrianty,” Efektivitas Pengelolaan Dokumen Dalam Meningkatkan Pelayanan

Sebagai contoh beberapa kasus penipuan perjalanan ibadah haji dan umrah diantaranya:

Pertama, kasus PT. First Travel. Penipuan terjadi ketika penyelenggara ini tidak memberangkatkan 63.310 orang calon jamaah umrah ke tanah suci. Sedangkan jamaah tersebut telah melunasi kewajibannya untuk membayar kepada PT. First Travel. Atas dasar penipuan ini mengalami kerugian sebesar Rp. 905,3 miliar dan hasil penipuan tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi pemilik First Travel yaitu Andika Surachman dan istrinya Anniesa Hasibuan. Dana jamaah tersebut digunakan untuk wisata keliling Eropa, menyewa stan pameran “Hello Indonesia” di *Trafalgar Square*, London. Akibat penipuan yang telah dilakukan, majelis hakim menjatuhkan hukuman penjara selama 20 tahun kepada Direktur Utama First Travel Andika Surachman.

Sedangkan Istri Andika, Anniesa Hasibuan, dijatuhi hukuman penjara 18 tahun. Keduanya juga diharuskan membayar denda sebesar Rp 10 miliar. Sementara Direktur Keuangan sekaligus Komisaris First Travel Siti Nuraida Hasibuan dijatuhi hukuman penjara 15 tahun dan denda Rp5 miliar. Kedua, Kasus PT Amanah Bersama Ummat (ABU) Tours and Travel, dimana 96 ribu lebih Jamaah umrah jadi korban ABU Tours. Kerugian jamaah ditaksir mencapai Rp1,2

Jamaah Haji (Studi Kasus di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Bengkulu)” *Journal Of Social Science Research* 2024

triliun. Dana Rp 1,2 triliun itu dianggap raib. Dari serangkaian penyitaan yang dilakukan, hanya terkumpul Rp 200 miliar saja. Penyidik Polda Sulsel menetapkan Hamzah Mamba sebagai tersangka dalam kasus dugaan penipuan, penggelapan, dan pencucian uang. Dalam kasus ini Polda menetapkan lima tersangka. Masing-masing istri Hamzah, Nursyariah Mansyur, mantan direktur keuangan ABU Tours Muhammad Kasim, dan komisaris bernama Chaeruddin.

Satu tersangka lain merupakan ABU Tours sebagai korporasi. Putusan hakim menjatuhkan denda korporasi ABU Tours sebesar Rp1 miliar. Ketiga, Kasus PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) Travel Haji Umroh. Diduga melakukan penipuan terhadap 12,845 calon jamaah. Jumlah tersebut dari sekitar 30,237 orang yang mendaftar, namun hanya 17,383 diberangkatkan. Dari jumlah calon yang tidak berangkat, pihak travel mengantongi uang sebanyak Rp 300 miliar. Dana tersebut digunakan untuk membeli mobil antara lain, satu unit Mercedes, Range Rover Evo, Nizan Navara, Toyota Alphard, Pajero, Truck Towing, Mobilio, Honda Jazz dan Hi Ace. Untuk roda dua di antaranya, satu unit X-max, tiga unit motor Trail dan satu unit Sigra. Keempat, Kasus PT Biro Perjalanan Wisata Al-Utsmaniyah Tours atau PT Ustmaniyah Hannien Tour. Biro haji dan umrah ini melakukan penipuan terhadap 1.800 orang dengan total kerugian mencapai Rp37,8 miliar. Mapolres Kota Surakarta berhasil menangkap Direktur Utama Hannien Tour,

Farid Rosyidin, Direktur Keuangan Avianto Boedhy Satya, Direktur Operasional Arief R. dan Direktur Teknik Ilham H. Atas perbuatan kedua tersangka tersebut dijerat dengan Pasal 378 dan atau 372 KUHP tentang Tindak Pidana Penipuan dan atau Penggelapan dengan ancaman hukuman paling lama empat tahun. Pelaku juga dijerat pasal Tindak Pidana Pencucian Uang (TPPU). Kelima, Kasus PT Macro Tour and Travel cabang Palembang, diduga melakukan penggelapan uang setoran 73 calon jemaah haji. Dimana uang jemaah tidak disetorkan pelaku ke kantor pusat. Akibatnya, 73 calon jemaah tersebut tidak dapat berangkat haji. Total kerugian perusahaan atas uang yang tidak disetorkan pelaku sebesar Rp 1,8 Milyar. Kepala Cabang Palembang Sukiyanto Pangestu menjadi Tersangka.⁹

Melihat fenomena diatas, dimana banyak sekali penipuan yang terjadi sampai dengan testimoni positif dari orang terdekat, serta pengalaman langsung yang mereka rasakan bagi yang sudah pernah berangkat umroh menentukan kepercayaan mereka pada biro travel umroh yang beredar saat ini. Menurut Donney dan Connon dalam proses terbentuknya kepercayaan, factor-faktor yang berpengaruh seperti: reputasi perusahaan, besar kecilnya perusahaan, saling menyenangkan baik antara pelanggan dengan perusahaan maupun antara

⁹ Misbahul dkk, "Pertanggungjawaban pelaku penggelapan dan ibadah haji dan umroh dalam system peradilan pidana di Indonesia" *jurnal ilmu hukum* (2023) volume: 01, hal : 83-84

pelanggan dengan karyawan perusahaan.¹⁰ Dengan melihat fenomena yang terjadi bahwa masih ada yang percaya ditengah kasus penipuan yang sering terjadi dan beberapa yang tidak yakin padahal mereka sudah pernah berangkat umroh.¹¹

Meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh sangat dimanfaatkan oleh sekelompok orang sebagai ajang bisnis. Sehingga biro atau travel penyelenggara perjalanan umroh bermunculan, seperti jamur di musim hujan.¹² Dilihat dari aspek bisnis, banyaknya biro perjalanan umroh menyebabkan terjadinya persaingan diantara pelaku usaha biro perjalanan umroh. Biaya lebih murah dengan fasilitas yang lebih istimewa biasanya menjadi bagian promosi yang ditawarkan kepada calon jamaah. Sayangnya masyarakat sangat mudah tergiur dengan promosi dan iklan yang ditawarkan, sehingga terkadang menghilangkan nalar berpikir yang logika. Berniat untuk berangkat menunaikan ibadah umroh dengan biaya murah, banyak masyarakat akhirnya menjadi korban penipuan dan penggelapan oleh sejumlah travel perjalanan umroh.¹³

¹⁰ Saparso” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan, Kepuasan Dan Relationship Commitment Pelanggan Pada Industry Jasa.” *Media Riset Akutansi, Auditing Dan Informasi.*, Vol.14, No. 2.(2014)

¹¹ Fussilat dan Suci Rahma Nio,” Perbedaan social trust terhadap biro travel umroh yang belum dan sesudah”*e-journal unp*(2019)

¹² Mochamad Saleh dan Shanti Wahyuni, Tata Cara Haji Dan Umrah Yang Benar, *Ragam Media*, Yogyakarta,(2015)

¹³ Enjang”Analisis kriminologi kejahatan penggelapan dan penipuan dana umroh oleh biro penyelenggara oleh biro perjalanan ibadah

Terkait dengan fenomena diatas salah satunya adalah kasus penipuan First Travel, tulisan ini bermaksud untuk mengkaji kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan First Travel atas dugaan tindak pidana penggelapan, penipuan, dan pencucian uang dengan modus umrah yang telah dilakukannya karena selaku pemilik dan pemimpin First Travel, tersangka harus mempertanggung jawabkan tindak pidana yang diduga telah dilakukannya. Apalagi beberapa bulan ini berita yang banyak diakses baik itu dari internet maupun media lainnya. Secara tidak langsung, pembicaraan orang baik kelompok kecil, sampai lembaga semua membahas tentang hal tersebut. Fenomena berita ini memang memerlukan dan menggunakan teori, filsafat dan analisis yang begitu tajam tentang permasalahan tersebut. Sebab permasalahan menyangkut banyak orang yang terlibat pastinya terlibat adalah pejabat penegak keadilan kalau masyarakat kecil yang tersangkut paut tidak mungkin.¹⁴

Terkait dengan kasus penipuan yang marak dilakukan oleh biro umroh, media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai hal tersebut. Media massa dengan keempat fungsinya yakni sebagai media informasi, pendidik, hiburan

umroh PT.NabiIa di Kota Medan”*jurnal Hukum kaidah* (2020) Volume : 19, Nomor : 2, hal:385

¹⁴ Alfira Br Ginting “Dampak pemberitaan kasus first travel dan kepercayaan masyarakat dalam memilih travel umroh”*skripsi Universitas Muhammadiyah Sumut*(2018)

serta kontrol sosial selama ini menjadi sumber utama masyarakat dalam mendapatkan informasi. Dalam kasus penipuan yang dilakukan oleh biro travel haji dan umroh pun tentunya tidak luput dari pemberitaan media massa, baik media elektronik maupun konvensional.

Banyaknya pilihan media dengan berbagai informasi yang diberikan, membuat masyarakat harus memilah dan memilih media yang sekiranya dapat menjadi rujukan yang tepat untuk mendapatkan informasi dalam hal ini terkait penipuan biro haji dan umroh agar dapat menemukan informasi yang valid karena dapat memberikan dampak kepada masyarakat sebagai khalayak media. Berdasarkan data survei menunjukkan bahwa rata-rata orang menghabiskan sebanyak 40 persen dari hari mereka dan 60 persen dari waktu bangun bersama media massa, hal tersebut menjadi salah satu indikasi media massa mempunyai pengaruh yang kuat terhadap khalayak dan masyarakat sebagai sasaran media.¹⁵

Dalam konteks ini, peneliti ingin mengungkap terkait pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh akibat banyaknya pemberitaan penipuan. Salah satu faktor yang peneliti kemukakan adalah karena adanya kasus penipuan yang mengatas namakan biro perjalanan umroh dan ada biro

¹⁵ Fatma Nuraini Zahra, "Persepsi Calon Jamaah Umroh Al Anshor Tours terhadap Pemberitaan Kasus Penipuan Biro Haji dan Umroh " *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019.

perjalanan umroh belum terdaftar dikemenag salah satunya di kabupaten empat lawang.

Berdasarkan keterangan dari Moch Sirajudin selaku Penyelenggaraan Haji dan Umroh (PHU) Kementerian Agama (Kemenag) Empat Lawang, diketahui belum ada agen travel umroh di kabupaten ini yang terdaftar di Kemenag Kabupaten. “Travel umroh di Empat Lawang belum ada yang terdaftar di Kemenag Empat Lawang,” kata Sirajudin. Sirajudin menjelaskan, untuk di level kabupaten, yang ada hanya sales pemasaran umroh yang belum memiliki kantor sehingga kewajiban pelaporan ada di provinsi bukan di Kabupaten. “Kebanyakan di Empat Lawang kantor resmi dari agen travel umroh ada di Provinsi,” jelas Sirajudin. Sampai sekarang, lanjut Sirajudin, belum ada laporan yang punya kantor cabang di Empat Lawang. “Belum ada laporan agen travel yang punya kantor cabang di Empat Lawang,” ucap Sirajudin. Dia mengimbau supaya travel umroh memberikan informasi yang lengkap terkait fasilitas yang diperoleh jama’ah dan tidak ada unsur penipuan.¹⁶ Berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pemberitaan Kasus Penipuan Umroh Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Biro Perjalanan**

¹⁶Alfariski “suarapublik peminat-tinggi tapi belum ada agen travel umroh resmi diempat lawang” 2023

Umroh (Studi Pada Masyarakat di Kampung 1 Desa Lingge Kecamatan Pendopo Barat Kabupaten Empat Lawang).

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini yakni :

Apakah ada pengaruh pemberitaan kasus penipuan umroh terhadap minat masyarakat dalam memilih biro umroh?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Seberapa besarnya pengaruh pemberitaan kasus penipuan biro umroh terhadap minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh .

D. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilaksanakan oleh Alfira Br Ginting dengan judul " Dampak Pemberitaan Kasus First Travel dan Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh " tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh Di Dusun III Desa Lantasan Lama Kecamatan Patumbak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.¹⁷

Perbedaan penelitan ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fatma Nuraini Zahra dengan judul "Persepsi Calon Jamaah Umroh Al Anshor

¹⁷ Alfira Br Ginting, " Dampak Pemberitaan Kasus First Travel dan Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh"(Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2018)

Tours terhadap Pemberitaan Kasus Penipuan Biro Haji dan Umroh ". Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis media apa saja yang digunakan dalam mengakses berita dan persepsi khalayak tentang pemberitaan kasus penipuan biro haji dan umroh serta hubungan antara keduanya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek media dan teori efek terbatas. Pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan alat bantu kuesioner.¹⁸ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada metode penelitian

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Irena Trisna Wijayanti dengan judul "Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh". Tujuan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh factor harga, pelayanan, Kepercayaan, dalam keputusan konsumen memilih biro perjalanan haji dan umroh terhadap maraknya kasus penipuan yang berkedok umroh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.¹⁹ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek

¹⁸ Fatma Nuraini Zahra, "Persepsi Calon Jamaah Umroh Al Anshor Tours terhadap Pemberitaan Kasus Penipuan Biro Haji dan Umroh "(skripsi uin sunan kalijaga depok 2019)

¹⁹ Irena Trisna Wijayanti, "Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh"(skripsi universitas muhammadiyah sidoarjo 2014)

penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada metode penelitian

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Savier Azmy dan Asnan Furinto dengan judul "Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam pemilihan biro perjalanan umroh dan haji khusus". Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih biro perjalanan umroh dan haji khusus dengan moderating variable experience of hajj and umra. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik nonprobability convenience sampling, yaitu teknik sampling yang tidak menggunakan prosedur pemilihan. Teknik ini lebih berdasarkan pada penilaian pribadi peneliti daripada pada kesempatan untuk memilih elemen sampel. Melalui teknik convenience sampling, sampel responden diperoleh secara kebetulan (*convenient*). Responden dipilih karena mereka berada di tempat dan waktu yang tepat.²⁰ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada metode penelitian.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Yessy Agustry dengan judul " Pengaruh Minat Terhadap Calon Jamaah Dalam

²⁰ Mohammad Savier Azmy dan Asnan Furinto, "Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam pemilihan biro perjalanan umroh dan haji khusus". *Journal of Business Strategy and Execution* (2008)

Memilih Biro Perjalanan Umroh Di Kecamatan Tampan". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh minat terhadap calon jamaah dalam memilih biro perjalanan umroh di kecamatan tampan. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif.²¹ Perbedaan penelitan ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada metode penelitian.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep dan kajian yang lebih mendalam dan menarik tentang Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi biro umroh

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi biro umroh agar lebih mengoptimalkan penyelenggaraan ibadah umroh baik dari prosedural maupun pengawasan.

²¹ Yessy Agusty " Pengaruh Minat Terhadap Calon Jamaah Dalam Memilih Biro Perjalanan Umroh Di Kecamatan Tampan".skripsi uin suska riau(2021)

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan membuka wawasan jamaah agar mereka tau hak yang harus mereka dapat kan dan kewajiban yang harus mereka jalankan.

c. Bagi Akademis

Kegunaan akademis yang diharapkan adalah hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi kalangan akademis yang melakukan penelitian atau pengembangan teori dalam perkuliahan terkait Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan terarahnya penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun penulisan proposal ini dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: Yang memuat latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, sistematika penulisan.

BAB II: pengertian pengaruh, pengertian pemberitaan, Unsur-unsur berita, Jenis-jenis berita, Media Masa, Jenis-jenis Media Massa, Pengertian Penipuan, Unsur-unsur penipuan, Faktor Penyebab Terjadinya Penipuan Travel Haji Dan Umroh, Pengertian Minat Masyarakat, Faktor-faktor yang

Mempengaruhi Minat, Aspek-aspek yang terdapat dalam Minat, Ciri-ciri Minat, Jenis-jenis Minat, serta kerangka Berpikir

BAB III: Memaparkan Tentang Pendekatan Dan Jenis Penelitian, Waktu Dan Lokasi Penelitian, Populasi, Sampel, Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data, Variabel Dan Definisi Operasional, Dan Yang Terakhir Teknik Analisis Data.

BAB IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Yang Mencakup Sub Bab Meliputi Deskripsi Responden Penelitian, Menjelaskan Hasil Penelitian, Uji Kolerasi, Uji Asumsi Yaitu Uji Normalitas Dan Uji Linieritas, Uji Hipotesis Yaitu Uji Regresi Linear Sederhana Uji F Test, Dan Hasil Penelitian.

Bab V: Penutup, Yang Meliputi Kesimpulan Dan Saran

