

PENGARUH PEMBERITAAN KASUS PENIPUAN UMROH TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH BIRO PERJALANAN UMROH

Selpi¹, Romi Adetio Setiawan², Makmur³

^{1,2,3}Prodi Manajemen Haji dan Umrah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: selpi@mail.uinfasbengkulu.ac.id¹, romiadetio@mail.uinfasbengkulu.ac.id²,
makmurreza11@gmail.com³

Abstract: *The Umrah pilgrimage is an appropriate choice for Muslims to visit the Baitullah, in Mecca, but the prevalence of Umrah fraud cases has caused trauma among pilgrims in selecting Umrah travel agencies. This research aims to assess whether there is an influence of reporting on Umrah fraud cases on public interest in choosing Umrah travel agencies in Linggae Lintang, South Sumatra. To test this hypothesis, the researchers employed a quantitative descriptive method with a sample of 70 respondents. The data analysis technique used was simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results of the study indicated that there is a significant influence of reporting on Umrah fraud cases on public interest in choosing Umrah travel agencies.*

Keywords: *Reporting Fraud Cases, Public Interest*

1. PENDAHULUAN

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. 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 (Anjanarko & Mardikaningsih, 2022). 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 persaingan semakin ketat. Pemasaran sangat berpengaruh dalam mendapatkan calon jamaah bagi perusahaan biro tersebut (Irena Trisna Wijayanti, 2014).

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 (Enjang, 2020). Setiap tahun selalu muncul berita sejumlah jamaah yang dirugikan oleh travel dengan berbagai modus dan bahkan seringkali masalah yang sama terjadi berulang-ulang (Arman Kamal dan Diah Ayu Gustiningsih, 2019).

Pemberitaan atau Berita menurut para ahli. Pengertian Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Paul De Massenner

mengemukakan bahwa berita adalah informasi yang penting dan menarik minat khalayak. Menurut Charnley dan James M. Neal, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Sedangkan menurut Sumadiria, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Paul De Massenner, 2000).

Sedangkan menurut Mitchel V. Charnley dalam bukunya Reporting edisi III menyebutkan berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton (Mitchel V. Charley, 1975).

Berita wajib memuat unsur 5W+1H Menurut Chaer Unsur-unsur berita ada 6 yaitu:

- a. What (apa) berkaitan dengan fakta-fakta serta hal yang dilakukan oleh pelaku atau korban dari peristiwa
- b. Who (siapa) berhubungan dengan fakta dari orang/pelaku yang terlibat dalam peristiwa
- c. Why (mengapa) berkaitan dengan fakta mengenai latar belakang suatu tindakan maupun peristiwa yang telah diketahui unsur what
- d. Where (di mana) berkaitan dengan wilayah kejadian
- e. When (kapan) berhubungan dengan waktu kejadian dan unsur
- f. How (bagaimana) berkenaan dengan proses kejadian yang diberitakan. Unsur berita berisi pertanyaan yang menjadi acuan dalam pengumpulan informasi hingga pemecahan masalah. Oleh karena itu, unsur berita memuat nilai-nilai penting salah satunya agar informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat diperoleh secara lengkap.

Dalam penipuan adalah dua pihak yaitu orang menipu disebut dengan penipu dan orang yang tertipu. Jadi penipuan dapat diartikan sebagai suatu perbuatan atau membuat, perkataan seseorang yang tidak jujur atau bohong dengan maksud untuk menyesatkan atau mengakali orang lain untuk kepentingan dirinya atau kelompok. Penipuan berasal dari kata tipu yang artinya menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah perbuatan atau perkataan yang tidak jujur bohong, palsu, dan sebagainya dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali, atau mencari untung. Penipuan itu sendiri berarti proses, cara, perbuatan menipu. Kejahatan penipuan itu termasuk *materiel delict* yang artinya untuk kesempurnaannya harus terjadi akibatnya. Unsur-unsur penipuan yaitu perbuatan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau uang milik orang lain dan keuntungan dengan cara yang buruk. Karena menggunakan identitas palsu seperti nama palsu dan kedudukan palsu, dengan rangkaian kebohongan, atau menggunakan tipu muslihat. Penipuan sendiri dikalangan masyarakat merupakan perbuatan yang sangat tercela namun jarang dari pelaku tindak kejahatan tersebut tidak dilaporkan kepihak kepolisian. Penipuan yang bersifat kecil-kecilan dimana korban tidak melaporkannya membuat pelaku penipuan terus mengembangkan aksinya yang pada akhirnya pelaku penipuan tersebut menjadi pelaku penipuan yang berskala besar (Dudung Mulyadi, 2017).

Menurut Nurhasanah dan Sobandi (2016) minat dapat diartikan sebagai suatu rasa lebih suka, rasa ketertarikan, perhatian, fokus, ketekunan, usaha, pengetahuan, keterampilan, motivasi, pengatur perilaku, dan hasil interaksi seseorang dengan konten atau kegiatan tertentu. Suharyat (2009) Menambahkan bahwa secara umum, minat dapat diartikan sebagai usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu, minat juga dapat diartikan sebagai dorongan pribadi untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah suatu dorongan maupun keinginan pada diri seseorang terhadap suatu objek tertentu. Minat bersifat individu (pribadi) jadi setiap orang memiliki minat ataupun keinginan yang berbeda satu sama lain. Sedangkan masyarakat adalah sekumpulan orang yang saling berinteraksi satu sama lain

dalam satu komunitas yang teratur. Jadi, minat masyarakat adalah suatu dorongan keinginan sekelompok orang yang saling berinteraksi terhadap suatu objek tertentu (Irena Trisna Wijayanti, 2014).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat kampung 1 desa Lingge. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel Non Probabilitas dimana sampel diambil dari beberapa karakteristik tertentu baik wanita maupun pria dilihat dari umur dan jenis kelamin. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 236. Populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin. Sampel yang diambil dari populasi itu 70 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, dan penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji normalitas, uji analisis linier sederhana, dan uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

a. Hasil Uji Asumsi Dasar

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $>0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $<0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. (Lupiyadi, 2015)

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

Sig	Kriteria	Keterangan
0,200	$>0,05$	Berdistribusi Normal

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi Sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Hasil Uji Koefisien Kolerasi

Tabel 2
Correlation

Pemberitaan kasus penipuan		Minat masyarakat
Pemberitaan kasus penipuan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	,517**
	N	<,001
Minat masyarakat	Pearson Correlation	70
	Sig. (2-tailed)	,517**
	N	<,001

Sumber: *Output SPSS*

Terlihat bahwa nilai pearson correlation antara variabel pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh di kampung 1 desa lingge yaitu 0,517. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan di antara keduanya bersifat cukup serta kekuatan korelasinya kearah positif. Dalam uji signifikan, jika nilai $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai α sebesar 0.001, sehingga H_0 ditolak dan dapat dikatakan terdapat hubungan antara pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh di kampung 1 desa lingge. Arah hubungan dari hasil output diatas menunjukkan angka positif. Artinya, jika pemberitaan kasus penipuan tinggi maka minat masyarakat tinggi. Sebaliknya, jika pemberitaan kasus penipuan rendah maka minat masyarakat rendah.

b. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian regresi dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Tabel 3
Hasil Persamaan Regresi

Variabel	Unstandardized Coeffisients	
	B	Std. Error
Constant	12,191	3,865
X(Pemberitaan Kasus Penipuan)	.400	.080

Sumber: *Output SPSS*

Dari hasil uji persamaan regresi linear sederhana diatas dapat diartikan koefisien regresi untuk konstan sebesar 12,191 menunjukkan bahwa jika variabel pemberitaan kasus penipuan bernilai nol atau tetap maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 12,191 satuan atau sebesar 1219,1%. Variabel pemberitaan kasus penipuan 0,400 menunjukkan bahwa jika variabel pemberitaan kasus penipuan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,400 satuan atau sebesar 40%.

c. Hasil Uji Hipotesis

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji F yaitu dengan melihat nilai signifikan pada hasil uji Anova. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka secara simultan variabel independent mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Namun jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka secara simultan variabel independent tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4
Hasil Hipotesis(Uji F)

F Hitung	Sig	Kriteria	Keterangan
24,836	0,001	$> 0,05$	Hipotesis Diterima(Mempunyai Pengaruh Secara Silmutat)

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai Sig. sebesar 0,001. Maka dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan terdapat hubungan antara pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh di kampung 1 desa lingge.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh penulis pada penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh di kampung 1 desa lingge yaitu 0,517. Dalam uji signifikan, jika nilai $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai α sebesar 0.001, sehingga H_0 ditolak dan dapat dikatakan terdapat hubungan antara pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh di kampung 1 desa lingge. Arah hubungan dari hasil output diatas menunjukkan angka positif. Artinya, jika pemberitaan kasus penipuan tinggi maka minat masyarakat tinggi. Sebaliknya, jika pemberitaan kasus penipuan rendah maka minat masyarakat rendah.

Berdasarkan hasil Uji T atau uji secara parsial hasil penelitian yang diperoleh variabel terdapat hubungan antara pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat dalam memilih biro perjalanan umroh dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh variabel pemberitaan kasus penipuan berkoefisien dengan t hitung 0,001 hal ini menunjukkan variabel terdapat hubungan antara pemberitaan kasus penipuan umroh dengan minat masyarakat di samping itu didukung dengan adanya nilai r square sebesar 0,268 yang menunjukkan pengaruhnya sebesar 26,8% dan sisanya 73,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (Pemberitaan Kasus Penipuan) secara simultan berpengaruh terhadap Variabel terikat (minat masyarakat desa lingge) yaitu dengan membandingkan signifikan F hitung dengan alfa 0,5. Berdasarkan hasil uji F dari perhitungan IBM SPSS 20 sebagai berikut maka dapat diketahui nilai F yaitu sebesar 24.836. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel independen yakni pemberitaan kasus penipuan umroh terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen minat masyarakat secara simultan. Hal ini dibuktikan dari Hasil perhitungan menggunakan uji F dihasilkan nilai probabilitas sebesar 0,001, karena nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama H_0 ditolak, sehingga hipotesis kedua penelitian yang menyatakan “Adanya pengaruh Pemberitaan Kasus Penipuan terhadap Minat Masyarakat” diterima atau terbukti kebenannya.
- b. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji koefisien determinasi antara Pemberitaan Kasus Penipuan dengan Minat Masyarakat sebesar 26,8%, angka ini menunjukkan bahwa sebesar 26,8% Minat Masyarakat memilih biro perjalanan umroh yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel Pemberitaan Kasus Penipuan, sisanya 73,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Kasus pemberitaan yang terjadi tentunya akan membuat calon-calon jamaah umroh, merasa ragu dalam menggunakan jasa travel umroh, tentunya hal ini akan membuat lesu jasa pelayanan perjalanan umroh, saran dari penulis adalah perlunya dibentuk konferensi antar pengusaha travel, demi menaikkan kembali nama baik jasa travel yang memburuk akibat perbuatan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.
- b. Kepada masyarakat agar tidak mudah tergiur dengan paket perjalanan umroh yang murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjanarko, T. S., & R. Mardikaningsih. (2022). Visual Merchandising dan Motivasi Hedonik terhadap Pembelian Impulsif: *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*.
- Arman, K. dan Diah, A. G. (2019). Menguak dimensi kecurangan travel ibadah umroh: *Tangible Journal*.
- Charley.Mitchel V, (1975). Repoting, New York: Holt Reinhart & Wiston.
- Cresy, L. Romi, A. S., dkk, (2024). Motivasi Kerja Wanita Wirausaha dalam Perspektif Ekonomi Islam: *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam*.
- Dudung M. (2017). Unsur-Unsur Penipuan Dalam Pasal 378 Kuhp Dikaitkan Dengan Jual Beli Tanah: *Jurnal Unigal*.
- Enjang, B. (2020). Analisis kriminologi kejahatan penggelapan dan penipuan dana umroh oleh biro penyelenggara oleh biro perjalanan ibada umroh PT.NabiIa di Kota Medan: *Jurnal Hukum Kaidah*.
- Irena, Trisna. W. (2014). Pengaruh minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh (Skripsi sarjana Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).
- Nurhasanah, S., dan A. Sobandi. (2016). Minat Belajar sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa: *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*.
- Lupiyadi, R. (2015). Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Paul. De. M, Charnley dan James M. (2000). *Neal Here's The News: Unesco Associate Errol Jonathans dalam Sumadiria*.
- Romi, A. S. (2016). *The Relevance Of Ibn Taymiyyah Economics In Addressing Poverty. And Income Distribution Madania: Jurnal Kajian Keislaman*.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku: *Jurnal Region*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- TD Putri & Romi Adetio Setiawan. (2023). Pandangan Ekonomi Islam dalam Menentukan Harga Komoditi Pertanian: *Maharani Buana Pustaka*.