

PROPOSAL SKRIPSI

**PENGARUH MINAT MASYARAKAT MEMILIH BIRO PERJALANAN UMROH
DISAAT MARAKNYA KASUS PENIPUAN BERKEDOK UMROH**

(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo)



OLEH :

IRENA TRISNA WIJAYANTI

156120600026

PRODI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

ABSTRAK

PENGARUH MINAT MASYARAKAT MEMILIH BIRO PERJALANAN UMROH DISAAT MARAKNYA KASUS PENIPUAN BERKEDOK UMROH

(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo)

Oleh : Irena Trisna Wijayanti

Islam merupakan agama yang kaffah, mengatur kehidupan manusia yang komprehensif dan universal baik mengatur hubungan dengan Sang Maha Pencipta (habluminallah) maupun dalam hubungan dengan sesama manusia (hablumminnas). Mayoritas umat islam sangat menginginkan dapat beribadah umroh ketanah suci. Terdapat sebanyak 207.000 jemaah haji dan 33.000 jemaah umroh asal Indonesia pada tahun 2007 yang melaksanakan beribadah ketanah suci. Semakin tingginya 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 besar di Indonesia. Namun sangat disayangkan, peluang yang menggiurkan tersebut dijadikan biro perjalanan umroh yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindakan penipuan. Sehingga kemudian banyaklah calon jemaah yang tertipu dengan biro perjalanan umroh.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi factor-faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipua berkedok umroh. Factor-faktor yang didindetifikasi yakni factor Harga, Pelayanan, Kepercayaan, dalam keputusan konsumen memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh. Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni kuantitatif. Sumber dan jenis data pada penelitian ini yaitu data primer diperoleh dari studi lapangan dengan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan.

Kata kunci : minat konsumen, biro perjalanan umroh dan haji, penipuan umroh.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	2
BAB I.....	4
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	4
1.2 PENEGASAN ISTILAH	6
1.3 PERUMUSAN MASALAH.....	7
1.4 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	7
1.4.1 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4.2 KEGUNAAN PENELITIAN.....	7
1.5 HIPOTESIS.....	8
1.6 PENELITIAN TERDAHULU	8
BAB II.....	10
2.1 KAJIAN TEORI	10
a. Minat Masyarakat.....	10
b. Ibadah Umroh	12
c. Biro Perjalanan Umroh.....	13
d. Penipuan Berkedok Umroh.....	14
e. Keputusan Pembelian	14
BAB III.....	16
3.1 METODE PENELITIAN	16
3.1.1 JENIS PENELITIAN.....	16
3.1.2 SUBYEK/POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	16
3.1.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	17
3.1.4 TEKNIK ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	17
3.2 SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	18
DAFTAR PUSTAKA	19

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Sebagai umat islam tentu sangat menginginkan beribadah umrah ketanah suci. Bahkan setiap tahunnya bertambah jumlah umat islam yang menunaikan ibadah umroh. Waktu untuk beribadah umroh pun tidak ditentukan sehingga banyak masyarakat Indonesia yang ingin menunaikan ibadah umroh. Bahkan banyak orang yang sudah menunaikan ibadah umrah secara berkali-kali. Karena ibadah umroh tidak harus menunggu waktu keberangkatan seperti ibadah haji sehingga banyak masyarakat yang menginginkan berkunjung ke Baitullah melalui ibadah umrah. Tatacara pelaksanaannya pun lebih sederhana dengan berihram dari miqat, tawaf, sa'i dan diakhiri dengan menggunting rambut dan tertib, sehingga banyak orang yang menyebut ibadah umrah dengan haji kecil.

Islam merupakan agama yang kaffah, mengatur kehidupan manusia yang komprehensif dan universal baik mengatur hubungan dengan Sang Maha Pencipta (habluminallah) maupun dalam hubungan dengan sesama manusia (hablumminnas). Ada tiga pilar pokok dalam ajaran Islam yang harus dipahami dan dilaksanakan, Pertama adalah Aqidah. Aqidah adalah komponen ajaran Islam yang mengatur atas keyakinan tentang keberadaan Allah. Kedua Syari'ah, komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik yang berkaitan dengan ibadah maupun dalam bidang mu'amalah dan ketiga akhlak yang merupakan landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syari'ah dan aqidah (Oktavia, 2014). Sehingga sangat disayangkan apabila kita sebagai manusia tidak memberikan kebaikan kepada orang lain.

Terdapat sebanyak 207.000 jemaah haji dan 33.000 jemaah umroh asal Indonesia pada tahun 2007 yang melaksanakan beribadah ketanah suci menurut (<http://kemenag.go.id>). Semakin tingginya 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 besar di Indonesia. Terdapat lebih dari 600 agen travel umrah yang resmi terdaftar di Kementrian Agama Republik Indonesia menurut (<http://haji.kemenag.go.id>).

Biro perjalanan haji dan umroh pun berlomba-lomba menggaet pelanggan dengan berbagai promosi-promosi dan strategi-strategi yang dapat menarik pelanggan. Dengan banyaknya bermunculan biro perjalanan haji dan umroh menyebabkan persaingan semakin ketat. Pemasaran sangat berpengaruh dalam mendapatkan calon jamaah bagi perusahaan biro tersebut. Biro perjalanan umrah pun juga dituntut untuk memberikan pelayanan kepada Jamaah haji dan umrah dengan baik. Dikarenakan mahalanya biaya ibadah haji dan umrah menyebabkan Jamaah haji dan umrah sangat kecewa apabila pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan haji dan umrah tidak sesuai dengan harapan mereka. Konsumen tentu sangat mengharapkan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan nilai uang yang mereka keluarkan.

Biro-biro haji dan umrah berkompetisi menawarkan pembinaan, pelayanan dan kelebihan berbagai fasilitas untuk dapat menarik simpati para jamaah. Sehingga banyaklah bermunculan biro-biro penyelenggara haji dan umrah yang menawarkan harga dibawah standart. Otomatis banyaklah calon jamaah yang tergiur akan tawaran tersebut, membayar dengan harga murah dan dapat berangkat ketanah suci. Sebenarnya tidak masuk akal, karena tidak bisa memenuhi standart minimal yang telah ditetapkan oleh Kementrian Agama. Biaya yang telah ditetapkan untuk beribadah ketanah suci oleh Kementerian Agama yakni sebesar 20 juta. Sehingga seharusnya biro haji dan umrah yang menawarkan harga jauh dibawah standart tersebut perlu dicurigai. Harga yang tidak lazim tentu akan mempunyai konsekuensi yang lebih besar. Terdapat beberapa biaya yang ditekan seperti tiket pesawat dan hotel yang jauh dari masjidil haram. Calon jamaah yang menginginkan paket tersebut disyaratkan memesan terlebih dahulu dan keberangkatannya bisa sampai 1-2 tahun lagi. Adanya realitas tentang masih banyaknya umat Islam yang masih belum kuat secara perekonomian sehingga akan sangat mudah tergiur dengan paket umroh yang jauh dibawah harga standart (oktafia, 2017).

Sehingga banyaklah kemudian calon jamaah umrah yang tertipu oleh biro travel yang memberikan harga jauh dibawah standart misalnya saja First Travel dan Abu Tour Travel yang pemberitaannya sedang ramai dibicarakan dimedia social ataupun berita ditelivisi seluruh Indonesia. Banyaknya penipuan yang berkedok umrah tersebut memberikan kesan yang tidak baik bagi masyarakat, dan mengakibatkan masyarakat kurang mempercayai biro-biro yang ada.

Mengingat antusiasnya umat islam yang menginginkan beribadah haji dan umrah ketanah suci. Sehingga secara tidak langsung juga memberikan kerugian nama baik kepada biro-biro travel haji dan umrah lainnya. Untuk menghindari hal tersebut masyarakat dihimbau agar lebih selektif memilih biro-biro yang berizin resmi yang telah ditetapkan oleh Kemenag (Kementerian Agama). Janganlah tergiur dengan harga yang murah dalam membeli paket umrah, seharusnya sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama di Indonesia. Dan juga dilihat dari masa keberangkatan yang menunggu sampai 2 atau 3 tahun lagi, seyogyanya umrah berbeda dengan haji dikarenakan waktu beribadah umrah tidak ditentukan. Dari tahun ketahun selalu ada kasus penipuan yang berkedok umrah, berikut database kasus penipuan umrah dari beberapa tahun sebelumnya yang terjadi di Indonesia :

1. Tahun 2015 sebanyak 1.610 jamaah umroh yang tercatat sebagai korban kasus penipuan berkedok haji dan umroh.
2. Tahun 2016 sebanyak 290 jamaah umroh yang tercatat sebagai korban kasus penipuan berkedok haji dan umroh.
3. Tahun 2017 sebanyak 35.149 jamaah umroh yang tercatat sebagai korban kasus penipuan berkedok haji dan umroh (<http://kemenag.go.id>).

Berdasarkan uraian diatas, yang ingin peneliti teliti yakni mengenai factor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat beribadah umroh melalui biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan yang berkedok umroh. Faktor – factor yang akan dianalisa yakni, Harga, Pelayanan, Kepercayaan, dalam memilih biro perjalanan umroh.

1.2 PENEGASAN ISTILAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, Peneliti membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor yang mempengaruhi minat konsumen memilih Biro perjalanan Haji dan Umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh terdiri dari Harga, Pelayanan, Kepercayaan.
2. Penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana factor harga, Fasilitas, Kepercayaan, dalam mempengaruhi keputusan konsumen memilih Biro perjalanan Haji dan Umroh terhadap maraknya kasus penipuan yang berkedok Umroh.

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan dalam penelitian ini yakni :

1. Mengukur seberapa besarnya factor harga mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.
2. Mengukur seberapa besarnya factor pelayanan/service mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.
3. Mengukur seberapa besarnya factor kepercayaan mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.

1.4 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 TUJUAN PENELITIAN

Pada bagian ini penulis ingin menjelaskan mengenai tujuan yang ingin dicapai dari terlaksananya penelitian :

1. Apabila dilihat dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh factor Harga, Pelayanan, Kepercayaan, dalam keputusan konsumen memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh terhadap maraknya kasus penipuan yang berkedok Umroh.

1.4.2 KEGUNAAN PENELITIAN

Terdapat dua kegunaan yang didapatkan dari penjabaran melalui penelitian yang dilakukan, yakni :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk mendalami ataupun lebih mempelajari keilmuan dibidang Jasa Travel khususnya haji dan umroh serta dapat dijadikan sebagai referensi dalam menulis karya-karya ilmiah.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat digunakan untuk perusahaan-perusahaan jasa travel khususnya Haji dan Umroh agar dapat meningkatkan mutu dan sebagai bahan evaluasi kerja terhadap kualitas yang diberikan sehingga mampu memuaskan pelanggan.

1.5 HIPOTESIS

Pada hipotesis penelitian yakni menentukan variable apa saja yang akan diuji. Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang akan peneliti uji yaitu :

Hipotesis 1 : Harga mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada biro perjalanan umrah

Hipotesis 2 : Pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada biro perjalanan umroh

Hipotesis 3 : Kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada biro perjalanan umroh

1.6 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad savier azmy dan asnan furinto pada tahun 2008 dengan judul “Analisa factor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih 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. Hasil penelitian yaitu setelah mengulang analisis factor dengan melakukan rotasi maka terbentuk 3 faktor yakni, factor attributes, factor search of community, factor exclusivity.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh makhdaleva hanura tajudin,dkk pada tahun 2017 dengan judul “pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. Sawangan kota depok” bertujuan untuk melihat pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP. Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas promosi, kepercayaan dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh novi ratna wati dengan judul “upaya penanggulangan terjadinya penipuan yang dilakukan biro perjalanan umroh” yang bertujuan untuk mengetahui penanggulangan terjadinya penipuan yang dilakukan biro perjalanan umroh. Menggunakan metode pendekatan secara yuridis normatif dan yuridis empiris. Adapun sumber dan jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan upaya penanggulangan terjadinya penipuan oleh biro perjalanan umroh yaitu dengan upaya pre-emptif dimana kanwil kemenag telah membuat himbauan baik langsung maupun via website.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh zaenul arifin dkk, pada tahun 2017 dengan judul “proses penegakan hukum terhadap pelaku tindak pidana penipuan dan atau penggelapan berkedok biro jasa ibadah umroh dengan biaya murah” bertujuan untuk mengetahui bagaimana penegakan hukum kepolisian dalam penyidikan tindak pidana penipuan calon jamaah umrah. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan secara empiris. Sumber dan jenis data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Simpulan dari penelitian ini adalah melakukan penyitaan terhadap barang bukti, membuat daftar pencarian orang, dan melakukan penangkapan terhadap tersangka.

BAB II

2.1 KAJIAN TEORI

a. Minat Masyarakat

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.

Dalam memilih biro perjalanan umrah terdapat beberapa factor yang dapat dianalisis yakni :

1. Harga

Harga adalah sesuatu nominal uang yang harus diberikan oleh pembeli untuk memperoleh suatu produk. (Handayani, 2017). Harga juga berperan penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan yakni untuk mendapatkan suatu keuntungan dari produk yang telah dijual.

Harga merupakan factor yang paling utama dalam menentukan keputusan pembelian. Kementerian Agama telah menetapkan standart harga dalam menunaikan ibadah umrah. Sehingga masyarakat harusnya menjadikan standart harga tersebut sebagai acuan untuk memilih suatu biro perjalanan haji dan umroh ketika akan menunaikan ibadah umrah. Apabila harga yang dipatok suatu biro perjalanan haji dan umrah jauh dari harga standart yang telah ditetapkan Kementerian Agama maka masyarakat seharusnya bertanya-tanya, tidak lantas langsung tergiur dengan harga yang murah atau jauh dibawah standart Kementerian Agama. Pasalnya dengan harga yang begitu murah bagaimana suatu biro perjalanan haji dan umroh dapat memberangkatkan Jemaah ketanah suci.

2. Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan maupun konsumen yang akan dilayani. Menurut kamus bahasa Indonesia pelayanan berarti suatu kegiatan melayani kebutuhan orang lain. Menurut Philip Kotler, pelayanan adalah suatu aktifitas yang bermanfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerima (Furinto, 2008).

Pelayanan yang dilakukan secara baik kepada orang lain ataupun konsumen dapat menunjukkan perasaan senang pada konsumen. Memuaskan konsumen berarti memuaskan kebutuhan-kebutuhan mereka. Sehingga kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting bagi suatu produsen baik produk maupun jasa (Marloni, 2016).

Bentuk pelayanan yang dilakukan oleh biro perjalanan umroh dan haji kepada jemaahnya misalnya, pendaftaran, pembinaan, handling di bandara (menuntun jemaah saat keberangkatan di bandara), perjalanan selama melaksanakan ibadah, pemulangan, pembinaan pasca umroh.

3. Kepercayaan

Salah satu faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk atau jasa ialah kepercayaan. Karena kepercayaan ialah keinginan seseorang dimana ia memiliki keyakinan untuk bertumpu pada orang lain yang ia yakini. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan lebih condong memilih keputusan berdasarkan pilihan orang-orang yang lebih dapat dipercaya daripada yang kurang dipercayai.

Kepercayaan dapat diperoleh melalui informasi dari seseorang ataupun beberapa orang (kelompok) yang dekat dengan kita. Misalnya saja Keluarga, Sahabat, Tetangga. Informasi yang berasal dari keluarga dapat memberikan kita keyakinan untuk memutuskan suatu keputusan. Informasi yang berasal dari keluarga berperan penting dalam pengambilan suatu keputusan, sehingga seseorang akan lebih cenderung mempercayai informasi/opini yang berasal dari keluarga. Tidak hanya berasal dari keluarga, tetangga dapat pula mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Tetangga

yang sudah menunaikan ibadah umrah dapat memberikan informasi-informasi mengenai suatu biro perjalanan haji dan umrah. Tidak hanya tetangga, melalui teman dekat ataupun sahabat yang telah berpengalamanpun dapat memberikan informasi-informasi dalam pengambilan keputusan. Sehingga referensi dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian jasa pada biro-biro perjalanan haji dan umrah.

b. Ibadah Umroh

Ibadah umrah berarti berkunjung ke baitullah, melaksanakan thawaf dan sa'I dengan syarat yang telah ditentukan dan waktu yang tidak ditentukan. Umrah secara bahasa berarti berkunjung dan secara istilah ialah berkunjung ke baitullah dengan melaksanakan syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam rangka mendekati diri kepada Allah SWT. Umrah juga disebut sebagai haji kecil, dikarenakan terdapat beberapa ketentuan yang sama dengan haji yakni mengenai syarat-syarat, rukun, ataupun larangannya. Namun yang membedakan yakni pelaksanaan umrah lebih sederhana daripada pelaksanaan haji (Handayani, 2017). Umroh hukumnya sunnah dan dapat dilakukan kapan saja. Berbeda dengan haji yang hukumnya wajib dan dilakukan pada setahun sekali dibulan dzulhijah. Adapun serangkaian ibadah yang wajib dilakukan ketika beribadah umroh yakni :

1. mandi besar/bersuci (Janabah) sebelum ihram
2. bagi kaum laki-laki diharuskan mengenakan pakaian ihram sedangkan perempuan memakai pakaian yang dapat menutup aurat.
3. Berniat umroh kemudian bertalbiyah dengansuara keras untuk laki-laki dan bagi perempuan dengan suara yang cukup didengarkan oleh sampingnya.
4. Ketika telah sampai di masjidil haram menuju ka'bah, melakukan tawaf sebanyak 7 kali putaran.
5. Melakukan shalat 2 rakaat dibelakang makam Ibrahim.
6. Dilanjutkan dengan Sa'I yakni naik kebukit Shofa dan diakhiri dibukit marwah.
7. Dan yang terakhir yakni, mencukur rambut kepala bagi laki-laki dan memotong kuku bagi perempuan.

c. **Biro Perjalanan Umroh**

Biro perjalanan yaitu suatu kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, suatu kelompok, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata dimana badan usaha ini menyelenggarakan kegiatan perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam dan luar negeri.

Biro perjalan haji dan umroh berarti kegiatan usaha yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi Jemaah untuk melakukan perjalanan ibadah ketanah suci mekah. Biro perjalanan haji dan umroh merupakan produsen yang bergerak dibidang jasa, memberikan jasa perjalanan ibadah haji dan umroh kepada calon Jemaah haji dan umroh. Terdapat beberapa syarat dalam mendirikan suatu biro perjalanan haji dan umroh, yaitu :

1. Surat Permohonan Perusahaan yg ditujukan pada Direktur Jendral PHU
2. Copy Izin sebagai Biro Perjalanan Wisata dari Dinas Pariwisata dan telah beroperasi sekurang-kurangnya 2 (dua) Tahun
3. Akte Notaris Pendirian Perusahaan dan Perubahannya
4. Akte Pendirian Perusahaan yang telah terdaftar diKementerian Hukum & HAM
5. Rekomendasi Kanwil Kemenag Provinsi setempat yang masih berlaku (hasil peninjauan dilampirkan) ASLI;(hasil peninjauan dilampirkan) ASLI
6. Rekomendasi dari Dinas Pariwisata Provinsi atau Pemerintah Daerah (ASLI)
7. Surat Keterangan Domisili
8. Susunan dan Struktur Pengurus Perusahaan yang telah ditanda tangani oleh Direktur dan Komisaris dan distempel
9. KTP Pemimpin Perusahaan (Biodata)
10. Foto copy Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
11. Menyerahkan uang jaminan dalam bentuk Garansi Bank sebesar Rp. 100.000.000,- dari Bank Pemerintah/BPS BPIH yang masa berlakunya 3 (tiga) Tahun

12. Verifikasi.

d. Penipuan Berkedok Umroh

Menurut bahasa, penipuan berasal dari kata “tipu” yang artinya perbuatan atau perkataan tidak jujur, menyesatkan, merugikan, mengakali atau mencari untung. Sedangkan penipuan berarti proses dari tindakan menipu. Penipuan adalah perbuatan dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan cara melawan hukum dan memakai nama palsu, martabat palsu, tipu muslihat atau kebohongan yang dapat menyebabkan orang lain dengan mudah menyerahkan barang, uang atau kekayaan.

Penipuan berkedok umroh adalah suatu kegiatan memperkaya dirisendiri dengan cara memakai tipu muslihat kepada calon jamaah umroh. Dari kebanyakan kasus diindonesia penipuan berkedok umroh misalnya saja First Travel yang memberikan harga jauh dibawah standart yang telah di tetapkan oleh kemenag, sehingga banyak konsumen yang tergiur dengan tawaran dari first travel. Tidak hanya itu first travel juga menggaet bintang papan atas syahrini untuk mempromosikan produknya sehingga memberi keyakinan pada masyarakat mengenai produk first travel. First travel adalah Perusahaan bidang jasa yang telah lama berdiri dan sudah banyak cabangnya diindonesia,yang pada awalnya bukan merupakan perusahaan penipu namun karena gaya hidup pemilik yang mewah membuat calon jamaah umroh tidak berangkat ketanah suci.

e. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:240) Keputusan Pembelian ialah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling mereka sukai (Mulazid, 2017). Keputusan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keputusan untuk membeli produk ataupun menggunakan jasa yang ditawarkan dan didasari dengan adanya niat untuk membeli produk ataupun menggunakan jasa tertentu. Dalam memutuskan suatu keputusan terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Izzati, 2017).

1. Hubungan Harga terhadap keputusan Pembelian Konsumen

Harga menjadi factor yang paling utama dalam memutuskan suatu keputusan pembelian. Apabila konsumen ingin membeli suatu produk ataupun menggunakan jasa hal yang paling umum ditanyakan ialah mengenai harga. Harga itu sendiri adalah suatu nominal uang yang harus diberikan kepada penjual saat akan membeli suatu produk/jasa.

2. Hubungan Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen

Pelayanan ataupun service berpengaruh terhadap minat konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian biro perjalanan umroh. Apabila service yang diberikan oleh biro perjalanan tersebut sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh Jemaah otomatis Jemaah akan merasa nyaman dan puas akan service yang diberikan, namun apabila harga yang diberikan ataupun ditawarkan tidak sesuai atau sepadan dengan service yang diberikan maka otomatis konsumen/pembelipun merasa kecewa/tidak puas akan jasa yang dibeli.

3. Hubungan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen

Kepercayaan ialah factor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk ataupun jasa. Kepercayaan dapat diperoleh melalui informasi-informasi yang diberikan oleh orang-orang pilihan. Misalnya saja keluarga, teman atau sahabat, tetangga dimana mereka mempunyai pengalaman beribadah umroh lewat biro perjalanan umroh. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan condong memilih keputusan berdasarkan pilihan orang-orang yang yg lebih ia percaya daripada yang kurang dipercaya (Mulazid, 2017). Sehingga kepercayaan mempunyai andil bagi seseorang dalam memutuskan keputusan.

BAB III

3.1 METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat dan menganalisa suatu yang diteliti sampai menyusun laporan. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Prof.Dr.Sugiyono, 2013). Terdapat dua macam metode penelitian yakni berdasarkan tujuan penelitian dan berdasarkan tingkat kealamiah tempat penelitian. Penelitian yang berdasarkan tujuan terbagi menjadi tiga yakni, penelitian dasar, penelitian pengembangan dan penelitian terapan. Penelitian yang berdasarkan tingkat kealamiah tempat penelitian dibagi menjadi tiga yaitu, penelitian eksperimen, penelitian survey, penelitian naturalistic.

3.1.1 JENIS PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu data penelitian yang berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistic (Prof.Dr.Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif juga disebut dengan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Pada metode kuantitatif harus ada variable (dependen&independen) karena bersifat konkrit, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah yang akan diteliti sudah jelas.

3.1.2 SUBYEK/POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi merupakan suatu silayah genelisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Prof.Dr.Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu semua masyarakat di kecamatan krebung yang sudah berpengalaman ibadah umroh maupun yang belum berpengalaman beribadah umroh.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Prof.Dr.Sugiyono, 2013). Teknik sampling ialah suatu teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampling incidental.

Sampling incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan apabila orang tersebut dirasa cocok sebagai sumber data. (Prof.Dr.Sugiyono, 2013)

3.1.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa sebagian ataupun keseluruhan elemen populasi yang akan menunjang suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu interview (wawancara), kuesioner (angket) dan dokumentasi.

1. interview (wawancara)

interview adalah suatu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri. Teknik pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan cara face to face (tatap muka) ataupun dengan telepon.

2. kuesioner (angket)

kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan ataupun mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Keuntungan pada teknik pengumpulan kuesioner yaitu dapat menjangkau sampel dalam jumlah yang besar, biaya yang diperlukan relative murah, dan tidak mengganggu responden.

3. dokumentasi

3.1.4 TEKNIK ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Teknik analisis data yaitu suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul maka dilakukanlah analisis data. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu statistic deskriptif dan inferensial. Statistic deskriptif yaitu statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan teknik inferensial yaitu apabila peneliti ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi.

3.2 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I : Latar belakang membahas mengenai antusiasnya masyarakat yang ingin beribadah umroh ketanah suci, banyaknya biro perjalanan umroh di Indonesia, biro perjalanan umroh yang berizin khusus yang ditetapkan oleh kemenag (Kementerian Agama), penipuan umroh, biro perjalanan umroh yang melakukan penipuan umroh, minat masyarakat memilih biro perjalanan umroh saat marak kasus penipuan umroh.

Rumusan masalah membahas mengenai masalah apa saja yang akan dirumuskan oleh peneliti dalam penelitian ini diantaranya yaitu, seberapa besar factor harga, pelayanan atau service, kepercayaan mempengaruhi minat konsumen dalam memilih biro perjalanan umroh disaat maraknya kasus penipuan berkedok umroh.

Tujuan Penelitian membahas mengenai tujuan dari dilakukannya penelitian ini, hipotesis penelitian yakni merumuskan variable-variabel yang berpengaruh oada penelitian ini. Penelitian terdahulu yakni penelitian-penelitian yang di jadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

BAB II : Pada bab II membahas mengenai kajian teori dalam penelitian ini yakni pengertian minat masyarakat dan factor-faktornya yaitu harga, pelayanan atau service dan kepercayaan, pengertian ibadah umroh, pengertian biro perjalanan umroh, penipuan berkedok umroh dan keputusan pembelian.

BAB III : Pada bab III membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, subyek/populasi dan sampel, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara interview (wawancara), angket (kuesioner) dan dokumentasi, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Zaenul Arifin, dkk. 2017. *Proses penegakan hukum terhadap pelaku tindak pidana penipuan dan atau penggelapan berkedok biro jasa ibadah umroh dengan biaya murah*. Jurnal Hukum Khaira Ummah Vol. 12 No. 4
- Istianah. 2016. *Proses Haji dan Maknanya*. Jurnal akhlak dan tasawuf vol.2 no.1
- Muhammad savier azmy, asnan furinto. 2008. *Analisa factor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih biro perjalanan umroh dan haji khusus*. Jurnal of business strategy and execution vol.1 no.1
- Prof.Dr.Sugiyono.2013. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Makhdaleva hanura tajudin. 2017. *Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap Keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) Bank syariah mandiri kcp. Sawangan kota depok*. Jurnal ekonomi islam Vol. 8 no. 1
- Yesni malau. 2014. *Implementasi sistem pelayanan pendaftaran haji dan umroh Online pada pt. Mandiri mawaddah nusantara*. Jurnal bianglala informatika vol.II no 1
- Agus romdlon saputra. 2016. *Motif dan makna sosial ibadah haji Menurut jama'ah masjid Darussalam Wisma tropodo waru sidoarjo*. Jurnal kodifikasia vol.10 no.1
- Novi ratnawati.2018. *Upaya penanggulangan terjadinya penipuan yang dilakukan biro perjalanan umroh*. Jurnal ekonomi islam vol.2 no.1
- Kamilina rhodiyah. 2016. *Penerapan promotional mix pada biro perjalanan umroh/ haji shafira tour and travel surabaya menurut perspektif islam*. Jurnal ekonomi syariah teori dan terapan vol. 3 no. 1
- Citra sakinah marloni. 2016. *Kualitas pelayanan tiket di pt. Nabila holiday tour and travel pekanbaru*. Jom fisip vol. 3 no. 2
- Renny oktafia. 2014. *Peranan baitul maal wattamwil (bmt) Terhadap upaya perbaikan moral Masyarakat di kawasan dolly surabaya*. An-nisbah, vol. 01, no. 01
- Angraini frista pratiwi hatta. 2015. *Manajemen travel haji dan umrah dalam merekrut jamaah*. Jurnal islami vol.2 no.1
- Hilman faza. 2016. *Studi minat mereferensikan dalam jasa travel umroh*. Journal of management vol.5 no.1

