



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 4257-4264

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Jamaah Umroh

Dwi Fitra Hariyo Bimoko¹, Yuli Kurniawati²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

fitradwi48@gmail.com¹, yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id²

Abstrak - *Transparansi laporan keuangan merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen, terutama dalam industri jasa perjalanan umroh yang sangat mengandalkan prinsip amanah dan integritas. Ketika perusahaan mampu menyajikan laporan keuangan secara terbuka, jelas, dan dapat diakses oleh publik, maka kepercayaan jamaah terhadap penyelenggara akan meningkat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap tingkat kepercayaan jamaah umroh, dengan studi kasus pada PT Dai Tur Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada 55 responden yang telah menggunakan layanan umroh dari perusahaan tersebut dalam kurun waktu tertentu. Variabel transparansi laporan keuangan diukur melalui empat indikator utama, yaitu: kejelasan informasi, kelengkapan data, ketepatan waktu pelaporan, dan kemudahan akses terhadap informasi keuangan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan jamaah. Artinya, semakin tinggi tingkat keterbukaan dan kejelasan informasi keuangan yang disampaikan perusahaan, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan yang diberikan oleh jamaah. Temuan ini memperkuat pentingnya pelaporan keuangan yang akuntabel dan transparan dalam membangun reputasi perusahaan, khususnya dalam sektor jasa keagamaan seperti umroh. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen biro perjalanan umroh untuk meningkatkan kualitas pelaporan dan keterbukaan informasi keuangan guna memperkuat kepercayaan publik serta mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.*

Kata kunci: *transparansi, kepercayaan jamaah umrah, laporan keuangan, PT Dai Tur Indonesia*

1. Latar Belakang

Industri perjalanan umroh di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam 3 bulan terakhir. Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, kebutuhan masyarakat untuk menunaikan ibadah umroh terus meningkat dari tahun ke tahun. Fenomena ini turut mendorong munculnya berbagai biro perjalanan umroh, baik berskala besar maupun kecil, yang menawarkan beragam paket dan layanan. Namun, di tengah meningkatnya antusiasme masyarakat, muncul pula berbagai kasus penipuan dan penyalahgunaan dana jamaah oleh oknum agen perjalanan umroh yang tidak bertanggung jawab. Hal ini menimbulkan keresahan di kalangan calon jamaah dan menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan terhadap penyelenggara umroh.

Salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan jamaah adalah transparansi laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan penyelenggara perjalanan umroh. Transparansi laporan keuangan mencerminkan sejauh mana sebuah perusahaan terbuka dalam menyampaikan informasi mengenai kondisi keuangannya, termasuk bagaimana dana jamaah dikelola dan dialokasikan. Dengan adanya transparansi, jamaah dapat merasa lebih aman dan yakin bahwa dana yang mereka setorkan digunakan sebagaimana mestinya.

PT Dai Tur Indonesia merupakan salah satu biro perjalanan umroh yang telah beroperasi selama beberapa tahun dan melayani ribuan jamaah dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam konteks ini, penting untuk mengetahui bagaimana upaya PT Dai Tur Indonesia dalam menyajikan laporan keuangan secara transparan mampu membangun dan mempertahankan kepercayaan jamaah. Perusahaan yang mampu menjaga integritas laporan keuangan secara terbuka dan akuntabel cenderung mendapatkan reputasi yang lebih baik dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

Namun demikian, belum banyak penelitian akademik yang secara spesifik mengkaji hubungan antara transparansi laporan keuangan dengan tingkat kepercayaan jamaah umroh di Indonesia, khususnya pada perusahaan tertentu seperti PT Dai Tur Indonesia. Padahal, pemahaman yang mendalam mengenai aspek ini dapat

menjadi acuan penting bagi pengelola biro perjalanan umroh dalam merumuskan kebijakan manajerial yang berorientasi pada akuntabilitas dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan jamaah umroh, dengan studi kasus pada PT Dai Tur Indonesia. Penelitian ini tidak hanya penting secara praktis bagi pelaku usaha, tetapi juga secara akademis dalam mengisi celah penelitian yang masih jarang dibahas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam penguatan tata kelola keuangan biro perjalanan umroh khususnya pada PT Dai Tur Indonesia, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap industri ini.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif, dengan tujuan untuk menguji pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada kemampuannya dalam memberikan hasil pengukuran yang obyektif serta mendukung analisis statistik terhadap hubungan antar variabel. Data utama yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada jamaah umroh yang telah menggunakan jasa PT Dai Tur Indonesia dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Populasi dalam penelitian ini yaitu melalui kuisisioner yang diisi oleh jamaah dan calon jamaah PT Dai Tur Indonesia, sampel dipilih dengan cermat menggunakan pendekatan purposive, agar benar-benar relevan dan mencerminkan karakteristik yang dibutuhkan. Teknik mengolah data, dilakukan dengan cara uji normalitas, uji asumsi klasik, dan juga uji regresi linier sederhana.

2.1. Transparansi Laporan Keuangan

Transparansi laporan keuangan merupakan aspek penting dalam sistem pelaporan keuangan yang mengacu pada keterbukaan dan penyajian informasi keuangan secara jujur, jelas, lengkap, dan dapat diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam konteks perusahaan penyelenggara perjalanan umroh, transparansi laporan keuangan tidak hanya mencerminkan kondisi finansial perusahaan, tetapi juga menjadi tolak ukur kepercayaan masyarakat terhadap integritas dan akuntabilitas pengelolaan dana jamaah.

Menurut (Riadi Muchlisin, 2021), transparansi laporan keuangan adalah kemampuan suatu entitas dalam menyajikan informasi keuangan yang relevan dan andal secara terbuka agar dapat digunakan oleh pengguna laporan dalam pengambilan keputusan. Sementara menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK), transparansi dalam pelaporan menuntut adanya keterbukaan terhadap seluruh informasi material yang dapat memengaruhi keputusan para pemangku kepentingan. Dalam industri jasa keagamaan seperti umroh, di mana dana publik digunakan untuk pembiayaan ibadah, prinsip keterbukaan ini menjadi sangat krusial.

2.2. Kepercayaan Jamaah Umroh

Kepercayaan merupakan salah satu fondasi utama dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan, terlebih dalam sektor jasa keagamaan seperti perjalanan ibadah umroh. Kepercayaan jamaah umroh merujuk pada keyakinan dan rasa aman yang dimiliki jamaah terhadap penyelenggara dalam mengelola dana, memberikan informasi yang jujur, serta menyelenggarakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Menurut (Kasturiani Rita, 2018), kepercayaan adalah kesediaan satu pihak untuk menerima risiko berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan bertindak dengan cara tertentu, terlepas dari kemampuan untuk memantaunya. Dalam konteks jasa perjalanan umroh, hal ini berarti jamaah mempercayakan dana, data pribadi, dan keselamatan ibadah mereka kepada penyelenggara tanpa dapat sepenuhnya memverifikasi langsung proses di baliknya. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi hal krusial dan tidak mudah dibangun, melainkan harus dirawat melalui integritas, transparansi, dan rekam jejak pelayanan.

2.3. Laporan Keuangan pada PT Dai Tur Indonesia

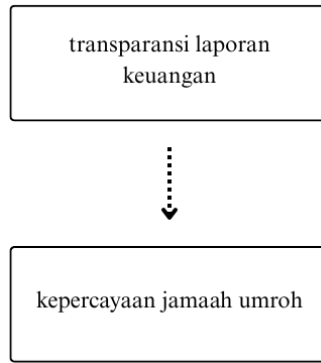
Keberadaan laporan keuangan sangat krusial karena memberikan gambaran menyeluruh yang dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan, baik di level internal maupun eksternal. PT Dai Tur Indonesia yakni perusahaan yang bergerak di bidang jasa, transportasi dan pariwisata tentu memiliki kewajiban untuk menyusun dan menyajikan laporan keuangan secara berkala. Laporan ini menjadi alat untuk menilai kinerja keuangan, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya.

2.4. Hipotesis

Peneliti merumuskan hipotesis ini dengan mengacu pada landasan teori, konsep yang relevan, serta hasil penelitian terdahulu:

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia.

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia.



Gambar 1. Struktur Konsep

3. Hasil dan Diskusi

Data yang diolah dalam penelitian ini terdiri dari data hasil kuisioner yang diisi oleh jamaah PT Dai Tur Indonesia sebanyak 55 responden. Setiap observasi mencakup informasi tentang hasil kuisioner yang disebar kepada jamaah dan calon jamaah umroh PT Dai Tur Indonesia.

3.1. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kejelasan Informasi	55	3,00	5,00	4,0364	,54309
Kelengkapan Informasi	55	3,00	5,00	3,8727	,61024
Ketepatan Waktu	55	3,00	5,00	3,9636	,63723
Kemudahan Akses	55	3,00	5,00	4,1273	,47354
Persepsi Kejujuran	55	3,00	5,00	4,0727	,60414
Rasa Aman Dana	55	3,00	5,00	3,8909	,59854
Kepuasan Informasi	55	3,00	5,00	4,0909	,64615
Loyalitas	55	3,00	5,00	3,8000	,67769
Valid N (Listwise)	55				

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

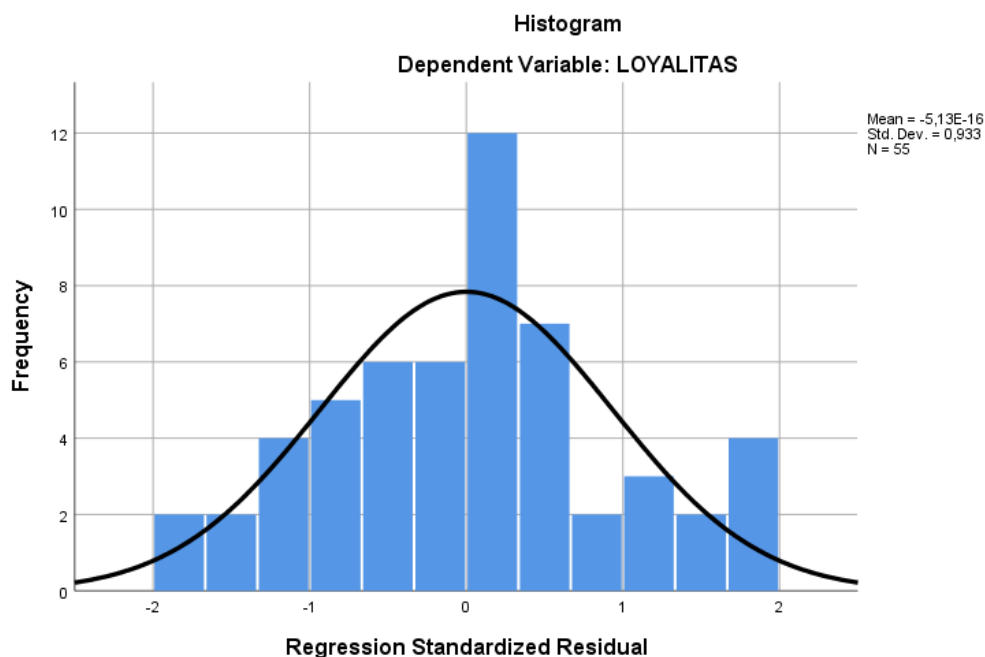
Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 55 responden, diperoleh gambaran umum mengenai persepsi jamaah umroh terhadap transparansi laporan keuangan dan tingkat kepercayaan mereka terhadap PT Dai

Tur Indonesia. Untuk variabel transparansi laporan keuangan, indikator kemudahan akses informasi memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,13 dengan standar deviasi 0,47, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa informasi keuangan perusahaan mudah diakses. Disusul oleh kejelasan informasi dengan nilai rata-rata 4,04 dan standar deviasi 0,54, yang mencerminkan bahwa informasi yang disampaikan cukup jelas dan mudah dipahami oleh jamaah. Sementara itu, ketepatan waktu pelaporan memiliki nilai rata-rata 3,96 dan kelengkapan informasi sebesar 3,87, yang keduanya masih berada dalam kategori baik, meskipun menunjukkan bahwa ada ruang untuk peningkatan khususnya dalam hal detail informasi yang disampaikan secara menyeluruh dan tepat waktu.

Untuk variabel kepercayaan jamaah, indikator dengan skor tertinggi adalah kepuasan terhadap informasi dengan nilai rata-rata 4,09 dan standar deviasi 0,65, diikuti oleh persepsi terhadap kejujuran penyelenggara dengan nilai rata-rata 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa jamaah merasa cukup puas dan percaya terhadap keterbukaan dan kejujuran perusahaan dalam menyampaikan informasi. Rasa aman terhadap pengelolaan dana memiliki nilai rata-rata 3,89, yang menandakan bahwa jamaah merasa cukup yakin dana mereka dikelola dengan aman. Namun, indikator loyalitas memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu 3,80 dengan standar deviasi tertinggi sebesar 0,68, yang menunjukkan adanya variasi persepsi di antara responden mengenai keinginan untuk menggunakan kembali jasa perusahaan di masa depan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa transparansi laporan keuangan PT Dai Tur Indonesia berada dalam kategori baik dan hal ini berkontribusi positif terhadap kepercayaan jamaah. Namun, aspek kelengkapan informasi dan loyalitas pelanggan masih perlu ditingkatkan agar hubungan jangka panjang dengan jamaah dapat terjaga lebih kuat.

3.2. Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram



Gambar 2. Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram

Gambar histogram di atas menunjukkan distribusi residu terstandarisasi dari model regresi dengan variabel dependen Loyalitas. Histogram ini merupakan salah satu alat visual yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas residual, yaitu salah satu syarat penting dalam analisis regresi linear klasik. Dalam konteks regresi, normalitas residual berarti bahwa selisih antara nilai prediksi dan nilai aktual (residu) harus terdistribusi secara normal agar estimasi koefisien regresi menjadi valid dan inferensi statistik yang dilakukan, seperti uji t dan F, dapat diinterpretasikan dengan benar.

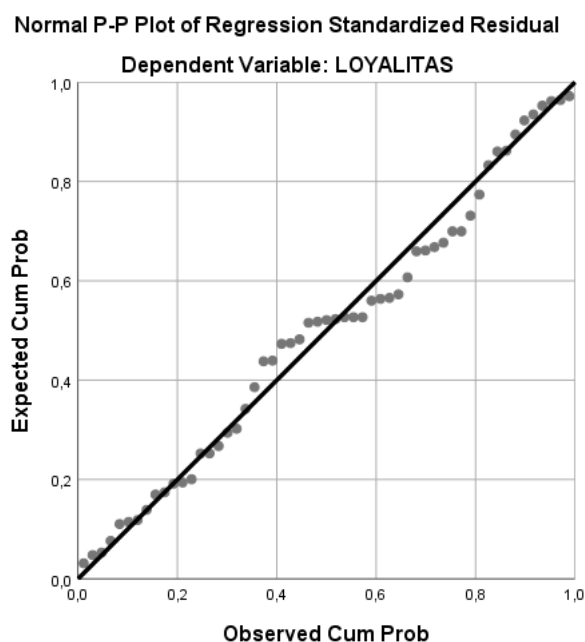
Dari hasil visualisasi histogram, terlihat bahwa bentuk distribusi residual menyerupai kurva normal (bell-shaped curve), di mana sebagian besar nilai residu terkonsentrasi di sekitar titik nol. Penyebaran data menunjukkan

bentuk yang relatif simetris dengan sedikit penyimpangan di sisi kiri dan kanan, yang merupakan karakteristik dari distribusi normal. Tidak terlihat adanya outlier atau nilai ekstrem yang signifikan, yang menandakan bahwa distribusi residu tidak memiliki penyimpangan besar yang dapat mengganggu asumsi normalitas.

Selain itu, nilai mean dari residual yang mendekati nol, yaitu sebesar $-5,13E-16$, dan standar deviasi sebesar 0,933, menunjukkan bahwa residual model tersebar secara acak di sekitar garis regresi. Hal ini memperkuat dugaan bahwa tidak ada pola sistematis dalam sisa error, yang berarti model tidak bias dalam memprediksi nilai loyalitas berdasarkan variabel-variabel bebas yang digunakan. Pola penyebaran acak ini juga menjadi indikator bahwa model regresi tidak mengalami misspecification dan bahwa hubungan yang dibentuk oleh model berada dalam kerangka statistik yang sehat.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan terhadap histogram residual tersebut, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual telah terpenuhi dalam model regresi ini. Pemenuhan asumsi ini sangat penting karena menjadi syarat agar hasil regresi dapat diinterpretasikan secara sah. Validitas model yang baik memberikan landasan yang kuat dalam menarik kesimpulan mengenai pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap loyalitas jamaah. Dengan kata lain, model dapat dipercaya dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.3. Uji Asumsi Klasik Normalitas-Normal P



Gambar 3. Uji Asumsi Klasik Normalitas-Normal P

Gambar Normal P-P Plot di atas digunakan untuk mengevaluasi asumsi normalitas residual dalam model regresi dengan variabel dependen Loyalitas. Uji normalitas ini penting untuk memastikan bahwa kesalahan (residu) dari model regresi terdistribusi normal, yang merupakan syarat dasar dalam analisis regresi linear klasik. P-P Plot atau Probability-Probability Plot membandingkan antara distribusi kumulatif residual yang diamati dengan distribusi kumulatif yang diharapkan jika data berdistribusi normal. Dalam grafik ini, titik-titik yang merepresentasikan nilai residual akan membentuk pola linear jika data benar-benar mengikuti distribusi normal.

Hasil dari grafik menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar mengikuti garis diagonal dengan cukup rapat, tanpa adanya pola penyimpangan mencolok baik ke atas maupun ke bawah garis. Pola tersebut menunjukkan bahwa data residual mendekati distribusi normal, dan tidak terdapat deviasi sistematis atau pola lengkung yang biasanya menunjukkan ketidaksesuaian distribusi. Selain itu, tidak tampak adanya outlier ekstrem yang menyimpang jauh dari garis, sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran residual bersifat konsisten dan simetris terhadap distribusi yang diharapkan.

Berdasarkan interpretasi visual dari P-P Plot tersebut, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual telah terpenuhi dalam model regresi yang digunakan. Pemenuhan asumsi ini sangat penting karena menentukan validitas uji statistik seperti uji t dan uji F yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel. Dengan distribusi residual yang normal, hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara lebih akurat dan dipercaya, sehingga mendukung keabsahan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian mengenai pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap loyalitas jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia.

3.4. Uji Asumsi Klasik-One Sample K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,62703732
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,071
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik-One Sample K-S

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test) terhadap unstandardized residual dari model regresi yang mengukur pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap loyalitas jamaah umroh. Nilai statistik K-S yang diperoleh sebesar 0,077 dengan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi ini jauh berada di atas nilai kritis 0,05 yang secara umum digunakan sebagai batas penolakan hipotesis nol. Dengan demikian, tidak terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol (H_0), yang menyatakan bahwa residual model mengikuti distribusi normal.

Secara statistik, hasil ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Tidak adanya penyimpangan signifikan terhadap distribusi normal menunjukkan bahwa nilai-nilai residual tersebar secara wajar dan tidak menunjukkan pola tertentu yang mengarah pada bias dalam model. Ini penting karena distribusi residual yang tidak normal dapat memengaruhi validitas hasil pengujian regresi, khususnya dalam pengambilan keputusan berdasarkan uji signifikansi.

Pemenuhan asumsi normalitas residual merupakan salah satu syarat utama dalam regresi linear klasik. Normalitas residual diperlukan agar estimasi parameter yang dihasilkan oleh model bersifat tidak bias, efisien, dan konsisten. Hal ini juga memastikan bahwa hasil uji t dan uji F dalam model dapat diinterpretasikan secara tepat. Dengan distribusi residual yang normal, dapat dikatakan bahwa error dalam model bersifat acak dan tidak dipengaruhi oleh pola sistematis yang dapat merusak interpretasi hubungan antar variabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas residual. Kondisi ini mendukung validitas keseluruhan model regresi yang digunakan untuk menganalisis

pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap loyalitas jamaah. Artinya, hasil analisis yang dilakukan, termasuk pengujian pengaruh antar variabel, dapat dianggap sah secara statistik dan dapat dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan penelitian secara akademik dan praktis.

3.5. Uji Asumsi Klasik-Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kejelasan Informasi	,814	1,229
	Kelengkapan Informasi	,906	1,103
	Ketepatan Waktu	,846	1,181
	Kemudahan Akses	,887	1,128
	Persepsi Kejujuran	,904	1,107
	Rasa Aman Dana	,849	1,178
	Kepuasan Informasi	,832	1,203

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik-Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas merupakan langkah penting dalam analisis regresi linear klasik untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen dalam model. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), yang tercantum dalam tabel Collinearity Statistics. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh nilai Tolerance berada di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Temuan ini memberikan keyakinan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinearitas—artinya, antar variabel bebas tidak terdapat korelasi tinggi yang bisa mengganggu keakuratan analisis.

Secara lebih rinci, nilai VIF tertinggi ditemukan pada variabel Kejelasan Informasi sebesar 1,229 dan Kepuasan Informasi sebesar 1,203. Sementara itu, nilai VIF terendah diperoleh pada variabel Kelengkapan Informasi, yaitu sebesar 1,103. Nilai-nilai tersebut berada dalam kisaran yang sangat aman, karena ambang batas umum yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah $VIF > 10$ atau $Tolerance < 0,10$. Rendahnya nilai VIF ini menunjukkan bahwa antar variabel bebas dalam model tidak terjadi tumpang tindih yang tinggi dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu Loyalitas.

Kondisi ini memberikan implikasi penting bahwa masing-masing variabel independen yang digunakan dalam model memiliki kontribusi yang unik dan independen. Artinya, informasi yang disampaikan oleh satu variabel tidak bersifat redundant atau berlebihan terhadap informasi yang sudah dikandung oleh variabel lain. Dengan demikian, setiap variabel bebas dapat dipertimbangkan sebagai faktor yang berdiri sendiri dalam memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas jamaah, sehingga interpretasi hasil regresi menjadi lebih jelas dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi tidak adanya multikolinearitas, yang merupakan salah satu syarat penting dalam regresi linear berganda. Ketiadaan multikolinearitas memperkuat kelayakan model, meningkatkan akurasi estimasi parameter, serta mendukung keabsahan hasil analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap loyalitas jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia. Dengan model yang bebas dari multikolinearitas, hasil yang diperoleh menjadi lebih kredibel dan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan yang tepat dalam konteks praktis maupun akademik.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 55 responden, diketahui bahwa tingkat transparansi laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan secara umum berada dalam kategori baik.

Hal ini terutama terlihat dari dua indikator utama, yaitu kemudahan akses informasi dan kejelasan informasi keuangan, yang mendapatkan penilaian tinggi dari para responden. Artinya, jamaah merasa bahwa perusahaan cukup terbuka dan memberikan informasi yang mudah dimengerti serta mudah diakses kapan pun dibutuhkan. Namun demikian, aspek kelengkapan informasi dalam laporan keuangan masih dinilai kurang optimal oleh sebagian responden. Beberapa informasi penting, seperti rincian pengeluaran, distribusi dana, atau detail penggunaan biaya umroh, dinilai belum sepenuhnya disajikan secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan adanya peluang perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar tingkat transparansi yang lebih ideal dapat tercapai, terutama dalam menyajikan laporan yang lebih komprehensif dan terperinci. Dari sisi kepercayaan jamaah, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan jamaah terhadap PT Dai Tur Indonesia juga tergolong tinggi. Ini terlihat dari indikator seperti persepsi terhadap kejujuran penyelenggara dan kepuasan atas informasi yang diberikan, yang mendapatkan skor rata-rata yang baik. Mayoritas responden merasa bahwa pihak penyelenggara bersikap jujur dan memberikan informasi sesuai dengan realitas. Transparansi yang telah dilakukan, meskipun belum sempurna, berhasil menciptakan rasa aman dan keyakinan bagi jamaah terhadap pengelolaan dana dan pelayanan yang diberikan. Meski demikian, salah satu indikator penting dalam dimensi kepercayaan, yaitu loyalitas, menunjukkan skor yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun jamaah merasa puas dan percaya terhadap penyelenggara, tidak semua memiliki kecenderungan kuat untuk kembali menggunakan jasa perusahaan atau merekomendasikannya kepada orang lain. Ini menunjukkan adanya celah dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan jamaah, yang perlu ditangani secara serius melalui peningkatan kualitas layanan dan penguatan komunikasi. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji melalui berbagai uji asumsi klasik, seperti uji normalitas dan uji multikolinearitas. Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, yang berarti bahwa data memenuhi salah satu syarat utama analisis regresi linear. Selain itu, tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas di antara variabel bebas, yang berarti bahwa masing-masing variabel memberikan kontribusi yang independen terhadap model. Dengan demikian, model regresi secara teknis dinyatakan layak untuk digunakan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa transparansi laporan keuangan memiliki kontribusi positif terhadap kepercayaan jamaah umroh pada PT Dai Tur Indonesia. Namun demikian, pengaruh tersebut belum cukup signifikan dalam menjelaskan loyalitas jamaah secara langsung. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan kelengkapan informasi dalam laporannya, serta membangun komunikasi yang lebih aktif dan konsisten dengan jamaah. Upaya peningkatan transparansi ini akan menjadi strategi penting dalam memperkuat kepercayaan sekaligus mendorong loyalitas jamaah secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Referensi

1. Alhuda, Muhammad Habib. (2023). *Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Kepercayaan Jamaah Umrah PT Samira Ali Wisata Jakarta Timur*. Jakarta
2. Kasturiani, Rita. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT Barokah Jaya Tour and Travel Madiun*. Ponorogo
3. Mardiasmo. (2006). *Perwujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntansi Sektor Publik: Suatu Sarana Good Governance*. Jurnal Akuntansi Pemerintahan.
4. Novitasari, A. (2025). *Jumlah Jamaah Umroh Indonesia Tahun 2025 terus meningkat*. Diakses 8 Mei 2025 <https://www.rri.co.id/daerah/1455691/jumlah-jamaah-umroh-indonesia-tahun-2025-terus-meningkat#:~:text=Berdasarkan%20data%20resmi%20Kementerian%20Agama,Tanah%20Suci%20mencapai%20648.485%20orang>.
5. Riadi, Muchlisin. (2021). *Transparansi Keuangan*. Kajian Pustaka
6. Sanjaya, I. (2020). *Bedah Umroh Dari A-Z (Kupas Tuntas Seluk Beluk dan Business Process Travel Agent Haji & Umroh)*. Akhyar Publishing, Hal 16-18.