MINAT MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL TERHADAP PENGGUNAAN E-TOLL CARD

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :
Zumrotul Azizah
NIM. F02416105

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama	: Zumrotul Azizah
NIM	: F02416105
Program	: Magister (S2)
Institusi	: Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 8 Juni 2018

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

6000

Zumrotul Azizah

PERSETUJUAN

Tesis Zumrotul Azizah ini telah disetujui
pada tanggal 8 Juni 2018

Oleh
Pembimbing

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis Zumrotul Azizah ini telah diuji

pada tanggal 18 Juli 2018

Tim Penguji:

1. Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M (Ketua) .....
2. Prof. Dr. H. A. Faishal Haq, M.Ag (Penguji) .....
3. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I (Penguji) .....

Surabaya, 23 Juli 2018

Direktur,

Prof. Dr. H. Aswadi, M. Ag.
NIP. 196004121994031001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ZUMROTUL AZIZAH
NIM : F02416105
Fakultas/Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : izaizaiza124@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☑ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

" MINAT MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL TERHADAP PENGGUNAAN E-TOLL CARD "

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(ZUMROTUL AZIZAH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Tesis ini dilatar belakangi oleh masalah yang sering terjadi di jalan tol terutama pada saat transaksi di gerbang. Transaksi yang terjadi antara petugas dan pengemudi membutuhkan waktu yang agak lama. Hal ini disebabkan petugas tol harus mengecek asal kendaraan guna menentukan tarifnya, lalu menghitung uang kembaliannya. Untuk mengantisipasi terjadinya kemacetan di jalan tol terutama pada hari dan jam sibuk karena antrian pada pintu keluar tol terlalu panjang, dibutuhkan kecepatan lebih tinggi dalam melakukan pembayaran tol dengan menggunakan layanan elektonik tol (e-Toll) pada Gerbang Tol Otomatis (GTO).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, data diperoleh dengan setting alamiah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun garis besar dalam pengumpulan data ini adalah penulis akan cari tahu tentang apakah masyarakat muslim Gempol mengetahui tentang e-Toll card, masyarakat menggunakan e-Toll disebabkan karena apa, kemudian peneliti akan mencari tahu sejauh mana minat terhadap penggunaan e-Toll card dengan di wilayah Gempol.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card masih terbilang rendah karena jauh dari angka target. Menurut prediksi pegawai jasa marga masih mencapai angka 17 persen per Januari 2018, sedangkan angka target adalah 100 persen. Selain itu juga banyaknya pro dan kontra adanya produk baru bank berupa e-Toll. Tidak semua responden beranggapan positif, ada pula responden yang menyatakan merasa kurang nyaman dengan adanya transaksi baru berupa e-Toll card dengan berbagai macam alasan. E-Toll card tidak ada hubungan yang signifikan dengan mengurangi kemacetan, meskipun per Oktober sudah hampir 100% gerbang keluar tol di Indonesia menggunakan GTO, tetapi untuk kemacetan bisa jadi karena volume kendaraan, rekayasa jalan, kecelakaan, penyempitan lajur, pengurangan lajur, jumlah gerbang tol, dan jumlah gerbang tol yang dibuka. Kedua, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card yaitu karena adanya peraturan pemerintah, pengaruh iklan dan masyarakat merasakan sisi kemanfaatan yang diperoleh dari e-Toll.

Sehubungan dengan keamanan dari kartu tol, ada baiknya bank mulai mencari solusi. Misalnya mencantumkan nama pemiliknya atau memberikan kode tertentu guna memudahkan pemilik kartu apabila rusak ataupun hilang serta agar nilai kemanfaatan yang diberikan kartu tol semakin tinggi.

Kata kunci: Minat, Masyarakat Muslim, E-Toll Card

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN PENGUJI iv
ABSTRAK v
MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TRANSLITERASI xi
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 11
C. Rumusan Masalah 12
D. Tujuan Penelitian 12
E. Kegunaan Penelitian 12
F. Kerangka Teori 13
G. Penelitian Terdahulu 18
H. Metode Penelitian 25
I. Sistematika Pembahasan 31
BAB II PERILAKU KONSUMEN DAN KONSUMSI ISLAM
A. Konsep Perilaku Konsumen 33
1. Pengertian Perilaku Konsumen 33
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 35
3. Proses Keputusan Konsumen 38
B. Konsep Minat 40
1. Pengertian Minat 40
2. Peran dalam Proses Keputusan Pembelian 42
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen 43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Teori Konsumsi Islam 44
1. Pengertian Konsumsi Islam 44
2. Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam 46
3. Perilaku Konsumen Muslim 49
4. Etika Muslim dalam Berkonsumsi 55
BAB III PENGGUNAAN E-TOLL CARD PADA MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL
A. Gambaran Umum Masyarakat Gempol 61
B. Deskripsi Data Penelitian 63
BAB IV ANALISIS MINAT MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL TERHADAP PENGGUNAAN E-TOLL CARD
A. Analisis Minat Masyarakat Muslim Gempol terhadap Penggunaan E-Toll Card 75
B. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Gempol terhadap Penggunaan E-Toll Card 82
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 90
B. Saran 90
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu tanda modernisasi masyarakat dunia, termasuk Indonesia adalah adanya perkembangan alat pembayaran yang semakin pesat dan semakin maju. Awalnya sistem barter antar barang yang diperjualbelikan adalah alat pembayaran yang lazim yang digunakan di era pra-modern. Adanya berbagai kesulitan dengan sistem barter mendorong munculnya satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang dikenal dengan istilah uang. Hingga saat ini uang menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat.[1]

Bank Indonesia mendorong gerakan *less cash society* (LCS) atau penggunaan uang elektronik sebagai pengganti pembayaran tunai di Indonesia. Suatu negara dikatakan maju apabila perekonomiannya baik. Dalam meningkatkan perekonomian negara tentu tidak terlepas dari keutuhan infrastruktur. Infrastruktur menjadi kebutuhan dasar penduduk suatu negara secara ekonomi dan sosial. Dalam hal ini, infrastruktur transportasi menjadi hal utama dalam menopang kegiatan perekonomian negara, karena itu infrastruktur transportasi menjadi sangat penting untuk Indonesia.

Layanan transportasi Indonesia saat ini didominasi oleh layanan transportasi darat. Data Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat, bahwa jumlah kendaraan yang masih beroperasi di

[1] Tri Hendro, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seluruh Indonesia pada 2013 mencapai 104,211 juta unit, naik 11 persen dari tahun sebelumnya (2012) yang cuma 94,299 juta unit. Dari jumlah itu, populasi terbanyak didominasi oleh sepeda motor dengan jumlah 86,253 juta unit di seluruh Indonesia, naik 11 persen dari tahun sebelumnya 77,755 juta unit, mobil penumpang dengan 10,54 juta unit, juga naik 11 persen dari tahun sebelumnya 9,524 juta unit. Populasi mobil barang (truk, pikap, dan lainnya) tercatat 5,156 juta unit, naik 9 persen dari 4,723 juta unit. Sedangkan pada 2015 mencapai 121,39 juta unit.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan dari angka tersebut yang paling banyak adalah sepeda motor dengan jumlah 98,88 juta unit (81,5 persen). Diikuti mobil penumpang dengan jumlah 13,48 juta unit (11,11 persen), kemudian mobil barang 6,6 juta unit (5,45 persen), serta mobil bis dengan jumlah 2,4 juta unit (1,99 persen) dari total kendaraan.[2]

Meningkatnya jumlah pengguna kendaraan bermotor maka jumlah kendaraan bermotor yang melintas di jalan raya akan meningkat dan akan menimbulkan kemacetan. Kemacetan saat ini sering terjadi di jalan raya akibat timbul volume kendaraan yang terus meningkat, sehingga menyebabkan ruas jalan non tol menjadi sangat padat. Berbagai solusi sudah ditawarkan oleh pemerintah Indonesia untuk menangani masalah kemacetan di jalan raya antara lain pembuatan jalan tol, pembuatan fly over.

Jalan tol adalah jalan umum yang kepada pemakainya dikenakan kewajiban membayar untuk melewati jalan yang dilalui dan merupakan jalan

[2] Data Badan Pusat Statistik (03 Februari 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alternatif untuk mempersingkat jarak dan waktu.[3] Target yang menjadi sasaran pelayanan jasa jalan tol terhadap pemakai jasa adalah kelancaran, keamanan dan kenyamanan. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut, ditetapkan sebagai tolok ukur operasionalnya adalah berupa waktu pelayanan di gardu, waktu tempuh jalan tol, tingkat kelancaran, tingkat fasilitas, tingkat keluhan pelanggan dan standar kerataan jalan.

Fungsi dan keefektifitasnya jalan tol sebagai solusi kemacetan mulai dipertanyakan. Kemacetan saat ini yang terjadi di jalan tol timbul karena volume kendaraan yang sangat meningkat, namun tidak dibarengi dengan penggunaan jalan yang memadai sehingga menyebabkan ruas jalan non-tol menjadi sangat padat. Hal tersebut berimbas pada penumpukan kendaraan yang ingin menggunakan jalan tol sehingga membuat pemerintah mencari cara bagaimana jalan keluar yang terbaik dan dapat mempermudah proses transaksi.[4]

Transaksi yang terjadi antara petugas gerbang tol dan pengemudi kendaraan beroda empat membutuhkan waktu tertentu, seringkali hal ini berlangsung agak lama. Hal ini disebabkan petugas tol harus mengecek asal kendaraan guna menentukan tarifnya, lalu menghitung uang kembaliannya. Untuk mengantisipasi terjadinya kemacetan di jalan tol terutama pada hari dan jam sibuk karena antrian pada pintu keluar tol terlalu panjang, dibutuhkan kecepatan lebih tinggi dalam melakukan pembayaran tol dengan

[3] Indonesia, Undang-undang tentang Jalan Tol, UU No.15 Tahun 2005, LN No. 32 Tahun 2005, TLN No.4489, ps 1 (2).
[4] Aprianiza Humaerah, "Analisis Yuridis Mekanisme Pelaksanaan Produk Perbankan: E-Toll Card Bank Mandiri", *Jurnal Hukum*, th. 2013, 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan layanan elektonik tol (e-Toll) pada Gerbang Tol Otomatis (GTO). Jika pembayaran jalan tol menggunakan GTO, maka akan mempercepat antrian kendaraan masuk jalan tol. Selain mempercepat pembayaran, penerapan GTO dapat meningkatkan pelayanan dan kelancaran berkendara di jalan tol. Salah satu solusi agar tidak menimbulkan masalah pihak jasa marga membuat aplikasi e-Toll card agar mengurangi antrian dan pengguna jalan tol dapat menikmati perjalanan lebih cepat dan nyaman.

Direktur Operasi PT Jasa Marga Tbk, Adityawarman mengatakan, manfaat yang diperoleh dari pengunaan e-Toll card selain waktu transaksi yang lebih cepat yaitu 4 detik, e-Toll Card tidak mempunyai batas waktu kadaluarsa, serta dapat digunakan di setiap gerbang tol yang telah mengoperasikan e-Toll card sebagai alat pembayaran. Selain itu e-Toll Card juga dapat digunakan untuk transaksi di gerai indomaret dan beberapa SPBU yang dikelola oleh Pertamina yang berlogo Mandiri.[5]

Perjanjian Kerjasama antara Perusahaan Jalan Tol dan Bank Mandiri selanjutnya diatur lebih lanjut pada Perjanjian Kerjasama Pengembangan Sistem Pembayaran Elektronik (*E-Payment*) dengan Teknologi Kartu Nir Sentuh (*Contactless Smartcard*) Nomor: 68/KONTRAK-DIR-2008, 75/SPJK-HK.04/X/2008, 152/PJ/M-I/X/2008, 006/BSDT DIR/SKB/X/2008, DIR.PKS/038.2008 yang untuk selanjutnya disebut dengan Perjanjian Kerjasama Sistem Pembayaran Elektronik dengan Teknologi Nir Sentuh.

[5] Cahaya Agung Purnama, "Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Harga terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri: Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang"(Skripsi–Universitas Diponegoro, Semarang, 2012), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gempol merupakan sebuah kota berpenduduk mayoritas muslim dengan sebagian kecil lainnya beragama Kristen, Hindu dan Budha. Hal ini dibuktikan dengan jumlah keseluruhan pemeluk agama Islam sebanyak 117.546 orang, sedangkan penduduk masyarakat Gempol berjumlah 118.982 orang. Gempol menjadi area yang tergolong ramai dilewati oleh kendaraan beroda empat atau lebih. Masyarakat muslim Gempol banyak yang memiliki kendaraan pribadi. Selain itu Gempol merupakan wilayah yang strategis keluar-masuknya pengguna ruas jalan tol arah Gempol-Pasuruan, Gempol-Pandaan dan Porong-Gempol. Adapun gambaran mengenai ruas jalan tol area Gempol yakni sebagai berikut:

Pertama, jalan tol Gempol-Pasuruan adalah sebuah jalan tol sepanjang 34,15 kilometer yang menghubungkan daerah Gempol dengan Kota Pasuruan. Jalan tol ini merupakan bagian dari jalan tol yang menghubungkan antar kota utama di Jawa Timur yaitu Surabaya-Banyuwangi. Tol Gempol-Pasuruan seksi I (Gempol-Rembang) sepanjang 13,9 km seharusnya telah beroperasi awal tahun 2016, namun terhambat karena belum tuntasnya pembebasan lahan dan baru diuji coba untuk segmen Gempol-Bangil pada tanggal 3 Agustus 2017. Selain itu, PT Jasa Marga selaku operator tampaknya melihat bahwa ruas Gempol-Rembang tidak menguntungkan karena lalu lintasnya sedikit. Sehingga, Jasa Marga berencana mengoperasikan jalan tol ini setelah seksi I dan seksi II selesai. Ditargetkan pada Februari 2018 ruas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rembang-Kota Pasuruan sepanjang 6,6 km selesai dibangun dan akan dioperasikan pada bulan Maret 2018.[6]

Kedua, jalan tol Gempol–Pandaan adalah jalan tol yang terbentang sepanjang 13,61 kilometer yang menghubungkan daerah Gempol dengan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Jalan tol ini merupakan kelanjutan dari ruas jalan tol Surabaya-Porong dan Porong-Gempol yang akan terhubung dengan Jalan Tol Pandaan–Malang. Tol Gempol-Pandaan merupakan bagian dari ruas jalan tol yang akan menghubungkan dua kota terbesar di Jawa Timur, yaitu Surabaya dan Malang.[7]

Ketiga, jalan tol Porong–Gempol adalah sebuah jalan tol sepanjang 10 kilometer yang menghubungkan daerah Porong, Sidoarjo dengan Gempol, Pasuruan. Jalan tol ini merupakan bagian dari jalan tol yang menghubungkan antar kota utama di Jawa Timur yaitu Surabaya-Pasuruan-Malang. Tol Porong-Gempol ini merupakan relokasi dari tol Surabaya-Gempol ruas Porong-Gempol yang ditutup sejak akhir tahun 2006 akibat peristiwa luapan Lumpur Lapindo.[8]

Bila ditinjau dari sini maka wilayah Gempol merupakan wilayah yang di kelilingi oleh beberapa ruas jalan tol yang menghubungkan langsung dengan kota-kota besar. Sehingga hal tersebut memberikan dampak positif bagi masyarakat yang bertempat tinggal di Gempol. Salah satu manfaat yang

---

[6]DalamWikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Gempol%E2%80%93Pasuruan (01 Mei 2018).
[7]Dalam Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Gempol%E2%80%93Pandaan (01 Mei 2018).
[8]Dalam Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Porong%E2%80%93Gempol (01 Mei 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dirasakan oleh masyarakat Gempol adalah ketika mereka berkeinginan keluar kota, ia tidak perlu lagi melintas jalan non tol yang selama ini dipadati mulai dari kendaraan roda dua, roda empat hingga lebih. Masyarakat Gempol dapat langsung melintas ruas jalan tol yang memberikan keefektivitasan waktu bagi seluruh penggunanya.

Menurut pengamatan penulis, sejak diberlakukannya e-Toll card bagi pengguna ruas jalan tol pada akhir bulan Oktober 2017 lalu, masyarakat muslim khususnya Gempol sangat berantusias untuk mendapatkan e-Toll card. Hal ini terlihat dari gerai penjualan e-Toll yang berada di sekitar Gempol cepat kehabisan stok. Pada saat gerai penjualan e-Toll yang berupa minimarket seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Circle K kehabisan stok, petugas minimarket biasanya menyarankan pada pengguna ruas jalan tol untuk membeli di area gerbang tol atau langsung menuju ke bank penerbit (Bank Mandiri, BNI, BRI, BTN dan BCA).

Pendapat dari masyarakat muslim Gempol adanya layanan Gerbang Tol Otomatis (GTO) dengan menggunakan e-Toll card sebagai alat transaksinya banyak memberikan manfaat positif. Seperti yang diungkap oleh Bapak Dawam Aly, "menurut saya e-Toll menjadi sangat penting, dengan adanya e-Toll pada saat transaksi di gerbang tol prosesnya bisa lebih cepat dan bisa mengurangi antri panjang di pintu keluar tol, kartunya juga mudah digunakan sehingga membuat saya nyaman dengan e-Toll".[9]

[9] Dawam Aly, *Wawancara*, Gempol, 25 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bapak Alamin staf karyawan PT. Agip yang hampir tiap hari melintasi jalan tol mengatakan bahwa, "Sekarang ini sudah jamannya modern, e-Toll ini sangat membantu tanpa ribet mengeluarkan uang, selain itu tidak perlu menunggu kembalian pengemudi bisa langsung jalan."[10]

Pendapat di atas dikuatkan lagi oleh Bapak Khoirul, "Kalau saya ya setuju-setuju saja, sebenarnya mudah menggunakan e-Toll, hanya saja sekarang ini orang-orang kadang sering mengeluh karena kesulitan jika saldo e-Toll habis. Semoga kedepannya pemerintah segera memberikan pelayanan yang lebih baik agar tidak banyak yang kebingungan ketika saldo habis tanpa mendatangi indomaret atau bank"[11]

Gerai penjualan e-Toll card di wilayah Gempol Pasuruan tidak semua minimarket dapat mengisi saldo. Mesin yang dimiliki oleh alfamaret atau indomaret seperti mesin ATM dan EDC jumlahnya terbatas. "saya memiliki kartu tol Brizzi milik bank BRI, namun mesin EDC punya alfamart lagi trouble. Ya otomatis saya harus mencari ke tempat lain yang sesuai dengan nama banknya. Ini yang repot."[12]

Bapak Fajarul Falah menyatakan, "menurut saya setiap pengemudi wajib memiliki minimal 2 kartu tol dari bank yang berbeda, karena di sini masih kesulitan untuk *top up* saldo, selain itu kadang di gerbang tol satu dengan tol yang lain masih sulit menerima pembayaran dari kartu yang berbeda, sehingga hal ini yang menyebabkan transaksi di GTO membutuhkan

[10] Alamin, *Wawancara*, Gempol, 30 Januari 2018.
[11] Khoirul, *Wawancara*, Gempol, 30 Januari 2018.
[12] Lukman Hakim, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu lebih dari 8 detik. Saya rasa layanan GTO belum bisa berjalan secara optimal”[13]

Penerapan wajib sistem e-Toll di seluruh jalan tol dianggap terburu-buru dan sangat minim sosialisasi. Seperti yang dialami Ibu Asmuayah. ”Awalnya saya kira antrian karena banyak mobil yang melintas, ternyata antrian itu terjadi karena banyaknya pengendara mobil yang belum menggunakan atau memiliki e-Toll. Sedangkan petugas tol memaksa para pengendara untuk membelinya pada saat itu. Bagaimana kalau pengendara tidak membawa uang cash, ini kan jadi kendala.”[14]

Ada pula Masyarakat muslim Gempol yang mengalami kerusakan pada e-Toll card yang baru saja dibelinya. Saat pertama kali digunakan transaksi di pintu keluar jalan tol, e-Toll card tidak bisa berfungsi sebagaimana mestinya. Jika mengalami kasus seperti ini tentu masyarakat mengalami kebingungan kepada siapa hal ini bisa diadukan, siapa pula yang akan mengganti e-Toll card ini. Sedangkan dari pihak jasa marga sendiri tidak menyediakan pos khusus pengaduan.

Menurut Bapak Abdul Kholiq, “e-Toll ini sepertinya diperlakukan seperti uang tunai, tidak ada pengaman apapun dalam kartu ini, kalau hilang atau jatuh ke tangan orang lain dianggap sebagai uang tunai yang hilang, semestinya memperlakukan seperti kartu debit/kredit yang jika hilang bisa diblokir pemiliknya”[15]

---

[13] Fajarul Falah, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.
[14] Asmuayah, *Wawancara*, Gempol, 25 Februari 2018.
[15] Abdul Kholiq, *Wawancara*, Gempol, 20 Februari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara tidak langsung PT. Jasa Marga memaksa pengguna tol memakai e-Toll card, lambat laun masyarakat mulai banyak merasakan manfaatnya yang didapat dari e-Toll card, diantaranya tanpa perlu menyiapkan uang tunai untuk pembayaran di gerbang, tidak perlu antri panjang, proses menjadi lebih cepat cukup dengan menempelkan kartu. Sejauh ini sebagian masyarakat muslim Gempol setuju dengan layanan GTO, bahkan beberapa dari mereka meminta peningkatan pelayanan. Tetapi sebagian dari mereka juga merasakan ketidaknyamanan adanya program baru layanan e-Toll tersebut, justru masyarakat muslim Gempol merasa lebih nyaman dengan pembayaran tunai seperti sebelumnya.

PT. Jasa Marga akan menambah terus GTO hingga jumlahnya menyamai gardu normal. PT. Jasa Marga berharap dengan memperbaiki layanan dan penambahan jumlah GTO yang terus dilakukan, hal ini akan merangsang pula tingkat minat penggunaan e-Toll card oleh pengguna jalan tol. Seorang pelaku di dunia pemasaran akan berusaha keras untuk mengukur minat dari konsumen, serta ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan, maka penulis tertarik untuk menggali lebih jauh tentang minat masyarakat muslim Gempol, sejauh ini apakah masyarakat muslim Gempol mengetahui tentang produk e-Toll, apakah masyarakat muslim Gempol yang memiliki kendaraan pribadi roda empat pasti memiliki e-Toll, apakah masyarakat muslim Gempol yang berdomisili di wilayah bundaran tol banyak yang berminat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan e-Toll. Dengan demikian peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Minat Masyarakat Muslim Gempol Terhadap Penggunaan E-Toll Card".** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat muslim Gempol, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam penggunaannya e-Toll card.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka muncul beberapa masalah yang di antaranya:

a. Masyarakat banyak yang mengeluh masih kesulitan mengisi saldo karena sering terjadinya trouble.
b. Sistem e-Toll dianggap terburu-buru dan minimnya sosialisasi yang dilakukan oleh pengelola jalan tol.
c. Tidak ada pos pengaduan khusus jika e-Toll tidak berfungsi sebagaimana mestinya.
d. Dalam kehilangan kartu e-Toll card dianggap seperti uang tunai, tidak ada pengaman apapun. Sehingga apabila e-Toll hilang maka tidak dapat melakukan pemblokiran.
e. Pelayanan pengguna ruas jalan tol pada hari dan jam sibuk terlalu panjang antriannya.
f. Fasilitas GTO (Gerbang Tol Otomatis) belum optimal.
g. Minat penggunaan e-Toll card pada masyarakat muslim Gempol terjadi pro kontra meskipun sebagian besar mendukung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Munculnya beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan e-Toll card.

2. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang tercantum di atas masih bersifat umum, sehingga diperlukan batasan-batasan masalah dalam pembahasannya supaya lebih terarah pada ruang lingkupnya serta permasalahannya. Penulis memberikan batasan ruang lingkup penelitian pada minat beli e-toll pada masyarakat muslim di Gempol, hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor masyarakat muslim gempol dalam menggunakan e-toll card.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card ?
2. Apa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card
2. Untuk mengetahui dan menganalsis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card ?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dari segi teori dan praktis sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Teori
   a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan ekonomi Islam pada umumnya dan manajemen pemasaran pada khususnya.
   b. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan riset atau penelitian lanjutan terkait minat.
2. Praktis
   a. Mahasiswa

      Dengan penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah referensi tentang produk baru bank yaitu e-Toll card.
   b. Dosen

      Untuk para dosen, penelitian ini bisa dijadikan landasan bahan ajar.
   c. Pengelola e-Toll

      Bagi bank penerbit e-Toll maupun pihak Jasa Marga semoga bisa menerapkan pelayanan yang lebih optimal, sehingga manfaat lebih banyak dapat dirasakan oleh masyarakat luas.

F. Kerangka Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.[16]

Sedangkan perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.[17]

Menurut Mangkunegara perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.[18] Dari pengertian di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu: (1) sebagai kegiatan fisik dan (2) sebagai proses pengambilan keputusan.

Ada beberapa tahap yang harus diperhatikan dalam membuat suatu proses pengambilan keputusan mengonsumsi atau membeli suatu barang/jasa. Tahapan tersebut diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan hasil pembelian konsumen terhadap produk yang telah di beli.

2. Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan

[16] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, jil.1 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 214.
[17] Schiffman dan Kanuk, *Perilaku konsumen*, ed. 7 (Jakarta: Indeks, 2008), 6.
[18] Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Sedangkan minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.[19]

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu tersebut terhadap suatu produk.

Setiadi menyatakan bahwa minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek, sehingga dari dua tahap tersebut muncullah minat untuk membeli. Semakin rendah tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan semakin menurunnya minat beli konsumen.[20]

Durianto mengungkapkan bahwa minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seorang

[19] Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), 45.
[20] J. Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 216.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, ataupun informasi seputar produk.[21]

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli timbul karena adanya ketertarikan dari individu tersebut terhadap produk yang diamati dan diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

a. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasii.
d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode

3. Konsumsi Islam

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi

[21] Durianto, *Strategi Menaklukkan Pasar* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.[22]

Konsumsi merupakan satu dari tiga pokok ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai motor dan lain-lain. Dalam berkonsumsi seseorang cenderung untuk memaksimumkan daya guna atau utilitynya. Dalam berkonsumsi tidak ada batasan untuk mencapainya. Sebagaimana ditegaskan Mundell, setiap individu atau kelompok memiliki hasrat memasimumkan keinginannya. Keinginan yang dimaksud adalah kesenangan *(happiness).* Dasar dari pemenuhan happiness tersebut adalah keinginan.[23]

Menurut pendekatan ekonomi Islam, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penawaran atau penyediaan. Perbedaan ilmu ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi konvensional.

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi

[22] Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 178.
[23] Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras, 2011), 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Teori komsumsi mangasumsikan bahwa konsumen memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah. Hal ini sesuai dengan rasionalaitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah suatu kegiatan yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang dan jasa yang dihalalkan oleh syari'at Islam.

G. Penelitian Terdahulu

Kajian tentang minat masyarakat muslim Gempol dalam menggunakan e-Toll card belum ada. Akan tetapi penulis menemui beberapa penelitian tentang e-Toll card. Adapun karya-karya ilmiah tersebut adalah:

1. Tesis karya Monica Christy Yosua, tahun 2017, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, "Perlindungan Hukum bagi Pengguna E-Toll Card terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kontrak Standar yang Dibuat oleh PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Padalarang". Penulisan tesis ini membahas ketentuan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum kepada pemegang e-Toll card dalam melakukan transaksi pembayaran. Pembahasan lainnya untuk mengetahui dan menganalisis bentuk tanggung PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Padalarang sebagai penyelenggara sistem pembayaran elektronik dalam melakukan transaksi pembayaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi pemegang kartu e-Toll berdasarkan ketentuan atau syarat-syarat baru yang ditetapkan sepihak oleh bank penerbit pada saat mengajukan klaim ganti rugi bertentangan dengan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga tidak dapat mengikat konsumen pemegang uang elektronik namun pada kenyataannya karena kedudukan konsumen yang lemah dan kurangnya informasi dari penerbit maka konsumen selalu tunduk pada ketentuan atau syarat-syarat baru yang ditetapkan sepihak oleh penerbit.[24] Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelumnya membahas tentang perlindungan hukum bagi pengguna e-Toll card, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

[24] Monica Christy Yosua, "Perlindungan Hukum bagi Pengguna E-Toll Card terhadap Kontrak Standar yang Dibuat oleh PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Padalarang" (Tesis–Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2017), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Skripsi karya Friska Hotmauli Tampubolon, tahun 2012, Universitas Indonesia Jakarta, "Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut e-Toll Card dengan Conjoint Analysis". Penelitian tersebut membahas tentang cara mendapatkan preferensi konsumen dan kombinasi ideal dari atribut e-Toll card yang melewati jalan tol di Jabodetabek. Hasil yang diperoleh dari peneliti adalah berupa nilai utilitas, di mana atribut jaminan kehilangan memiliki nilai utilitas tertinggi. Kombinasi ideal untuk responden secara keseluruhan adalah ada jaminan kehilangan, menyediakan diskon sebesar 20%, dapat digunakan sebagai transportasi lain, saldo dapat ditransfer dan manfaat tambahan berupa kartu diskon.[25] Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelumnya membahas tentang cara mendapatkan preferensi konsumen dan kombinasi ideal dari atribut e-Toll card yang melewati jalan tol di Jabodetabek, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.
3. Penelitian oleh Cahaya Agung Purnama, Ibnu Widiyanto, tahun 2012. "Studi tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang". Dalam penelitian tersebut membahas tentang minat membeli e-Toll card di kota Semarang yang disebabkan oleh perilaku konsumen yang hampir sama dengan perilaku konsumen di kota-kota besar. Faktor-faktor yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan harga terhadap minat untuk membeli e-

[25] Friska Hotmauli Tampubolon, "Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut e-Toll Card dengan Conjoint Analysis" (Skirpsi—Universitas Indonesia, Jakarta, 2012), 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

toll card. Hasil penelitian yang diperoleh adalah daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli e-toll card. Variabel yang paling dominan adalah kemanfaatan.[26] Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelum membahas tentang minat membeli e-Toll card di kota Semarang yang disebabkan oleh perilaku konsumen, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

4. Penelitian oleh Amin Setio Lestiningsih1 dan Elyna Agustini, tahun 2016. "Hubungan Penggunaan E-Toll Card terhadap Pendapatan Tol pada PT. Jasa Marga Tbk Cabang Ctc: Studi Kasus Gerbang Tol Tebet 1". Peneliti menguji hubungan penggunaan e-Toll card terhadap pendapatan tol pada PT. Jasa Marga Tbk Cabang CTC. Sampel Data yang digunakan penggunaan e-Toll card dan pendapatan tol mulai bulan Januari sampai Desember 2014. Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa besaran penggunaan e-Toll card Gerbang Tol Tebet 1 mengalami kenaikan setiap bulannya. Meskipun besaran pengggunaan e-Toll card berbeda setiap bulannya dengan peningkatan yang sedikit tetapi secara keseluruhan mengalami peningkatan, sedangkan tingkat pendapatan tol mengalami naik turun di setiap bulannya meski penggunaan

[26] Cahaya Agung Purnama dan Ibnu Widiyanto, "Studi tentang Minat Beli e-Toll Card di Kota Semarang", *Journal of Management* , Vol 1, No. 2, 2012, 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e-Toll card terus meningkat.[27] Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelum membahas hubungan penggunaan e-Toll card terhadap pendapatan Tol Tebet 1, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

5. Penelitian oleh Enggal Sriwardiningsih, tahun 2014. "Nilai Guna (Kepuasan) Green Technology E-Toll sebagai Salah Satu Alternatif Layanan pada Konsumen Pengguna Tol dalam Kota Jakarta". Penelitian ini bertujuan untuk menguji model yang menjelaskan kepuasan konsumen pengguna e-Toll. Teori yang melandasi penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepuasan. Penelitian dilakukan di jalan tol dalam kota Jakarta. Unit analisis adalah pengguna e-toll. Sampel diambil berdasarkan *convenient sampling*. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut adalah pertama, variabel kualitas produk e-toll card dan layanan GTO berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hal ini menjadikan perlunya penyedia memerhatikan dimensi yang dibutuhkan konsumen agar kepuasan konsumen terpenuhi. Kedua, elastisitas e-Toll card dan layanan GTO tinggi sekali atau peka sekali. Kepuasan konsumen dirasakan jika terjadi perubahan kenaikan ataupun penurunan kualitas produk dan layananan, sehingga pihak penyedia kartu dan pelayanan di

[27] Amin Setio Lestiningsih1 dan Elyna Agustini, "Hubungan Penggunaan E-Toll Card terhadap Pendapatan Tol pada PT.Jasa Marga Tbk Cabang Ctc: Studi Kasus Gerbang Tol Tebet 1", *Jurnal Online Insan Akuntan*, Vol.1, No.2 (Desember, 2016), 279.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pintu GTO perlu untuk memerhatikan hal yang berkaitan dengan ini.[28] Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelum membahas nilai kepuasan e-Toll pada pengguna jalan tol Jakarta, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

6. Penelitian oleh Fabianus Fensi dan Michael Christian dengan judul "Perilaku pada Iklan terhadap Penggunaan Kartu E-Toll". Penelitian ini membahas sosialiasi penerapan pembayaran non tunai dalam bentuk kartu e-Toll yang merupakan tantangan bagi pemerintah dalam mencapai realisasi penggunaan pada akhir tahun dan mencapai penggunaan secara menyeluruh dalam periode dekat. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh perilaku pada iklan terhadap penggunaan kartu e-Toll. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa perilaku pada iklan (*advertising attitude*) memiliki pengaruh terhadap loyalitas penggunaan kartu tol.[29] Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelum membahas sosialiasi penerapan pembayaran non tunai dalam bentuk kartu e-Toll dalam mencapai realisasi penggunaan pada akhir tahun, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

---

[28] Enggal Sriwardiningsih, "Nilai Guna (Kepuasan) Green Technology E-Toll sebagai Salah Satu Alternatif Layanan pada Konsumen Pengguna Tol dalam Kota Jakarta", *Binus Business Review* Vol. 5, No. 1 (Mei 2014) , 323-332.

[29] Fabianus Fensi dan Michael Christian, "Perilaku pada Iklan terhadap Penggunaan Kartu E-Toll". *Jurnal Bricolage*, Vol. 3, No. 2, 2016, 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Penelitian oleh Aldio Pramudya Gunadi dan Sabrina O. Sihombing, tahun 2015. "Prediksi Penggunaan Aktual E-Toll Card dengan Pendekatan Persamaan Model Struktural". Penelitian ini adalah untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel dalam memprediksi penggunaan aktual inovasi jasa. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah pengaruh resistensi terhadap perubahan, nilai yang dirasakan, sikap terhadap inovasi jasa, niat untuk menggunakan inovasi jasa, dan kepribadian inovatif. Hasil menunjukkan bahwa tiga dari lima hipotesis didukung. Ketiga hipotesis tersebut adalah niat merupakan prediktor yang signifikan terhadap penggunaan inovasi jasa. Niat itu sendiri juga dipengaruhi oleh sikap terhadap inovasi jasa. Nilai yang dirasakan merupakan predictor yang signifikan atas sikap terhadap inovasi jasa. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa resistensi terhadap perubahan dan kepribadian inovatif bukan merupakan prediktor yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan inovasi jasa.[30] Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelum membahas tentang prediksi penggunaan aktual inovasi jasa e-Toll, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card.

[30] Aldio Pramudya Gunadi dan Sabrina O. Sihombing, "Prediksi Penggunaan Aktual E-Toll Card dengan Pendekatan Persamaan Model Struktural", *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.14, No.2, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Yang mana penelitian kualitatif merupakan suatu proses untuk menemukan pengetahuan dengan lebih mengedepankan orang atau manusia sebagai objeknya, di sini peneliti merupakan pihak kunci. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap keadaan yang diteliti sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan mendalam.

b. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian, penulis akan mengadakan penelitian di wilayah Gempol yang letaknya berdekatan dengan area bundaran tol Gempol yaitu Desa Legok, Desa Tempel, dan Desa Kebonsari. Peneliti juga akan melakukan wawancara dengan penduduk desa setempat guna memperoleh keabsahan dan keakuratan data yang dicari.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah kualitatif, di mana data kualitatif merupakan data yang tidak berupa angka tetapi berupa kata-kata dan kategori-kategori. Adapun jenis data penelitian ini, penulis menggunakan dua data, yakni data primer dan data sekunder. Yang dimaksud data primer dan data sekundernya adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Data Primer

Data primer adalah data utama atau data penting. Adapun data primernya yaitu penulis akan mencari tahu tentang bagaimana minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card, faktor apa saja yang mempengaruhinya serta pertanyaan lain yang dirasa penting untuk melengkapi data tentang masyarakat muslim Gempol dengan cara wawancara atau observasi data itu penulis dapatkan. Data primer ini juga dapat berupa struk transaksi di GTO dan struk *top up* (isi saldo).

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung. Adapun data sekundernya yaitu penulis akan melakukan wawancara kepada orang-orang di sekitarnya. Penulis akan mencari tahu apakah sebagian besar masyarakat muslim sudah banyak yang mengetahui adanya produk bank berupa e-Toll card, dari mana masyarakat mengetahui tentang e-Toll, dan bagaimana cara mereka menggunakan e-Toll card.

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang dimaksud adalah subyek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data berupa kata-kata atau kalimat-kalimat tertulis, tindakan maupun lisan dari orang-orang yang menjadi subyek penelitian ini, yaitu masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muslim Gempol dan informan. Dari keterangan di atas maka peneiti membagi sumber data penelitian menjadi dua, yaitu:

1) Sumber Data Primer

Adapun sumber data primer di sini adalah pengguna e-Toll card pada masyarakat muslim Gempol. Penulis akan melakukan wawancara dan observasi guna untuk menggali informasi sebanyak mungkin terkait minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder atau pendukung dalam penelitian ini yaitu salah satu staf Jasa Marga dan karyawan indomaret/ alfamaret. Penulis akan melakukan wawancara dan observasi untuk mencari tahu bagaimana pandangan mereka tentang e-Toll card, seberapa jauh informan mengetahui tentang layanan e-Toll card.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di sini dimaksudkan untuk memperoleh data yang akurat. Secara umum dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa teknik pengumpulan data di antaranya:

a. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematik gejala-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gejala yang diselidiki. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penulis menggunakan observasi partisipasi pasif (*passive participation): means the research is present at the same of action but does not interest or participate.* Observasi Partisipatif merupakan kegiatan pengamatan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dalam hal ini peneliti akan melakukan observasi terhadap objek yang berada di wilayah Kecamatan Gempol yang paling berdekatan dengan bundaran Tol Gempol.

Observasi partisipatif yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Observasi Partisipatif Pasif, yakni penulis datang ke tempat kegiatan yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat aktif di dalam kegiatan tersebut. Penulis akan observasi mendatangi masyarakat muslim Gempol dan mengamati apakah mereka memiliki kendaraan pribadi, apakah memiliki e-Toll card serta bagaimana masyarakat muslim Gempol ini dalam menggunakan e-Toll card.

b. Wawancara (*Interview)*

Menurut Esterberg, dalam Sugiyono, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Ia juga mengemukakan beberapa macam wawancara,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur, dan tidak terstruktur.[31]

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa wawancara yang sering juga disebut dengan *interview* atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh wawancara untuk memperoleh informasi dari pewawancara (*interviewer*).[32]

Wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Jenis wawancara yang digunakan oleh penulis adalah wawancara tak berstruktur, di mana dalam proses wawancara penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Adapun garis besar dalam wawancara ini adalah penulis akan cari tahu tentang apakah masyarakat muslim Gempol mengetahui tentang e-Toll card, minat menggunakan e-Toll disebabkan karena apa, kemudian dari situ informan akan menceritakan lebih detail lagi.

---

[31]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 317.
[32] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneletian: Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006),132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara pengumpulan data melalui benda-benda peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat-pendapat, teori-teori, dalil-dalil, atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.[33]

Metode ini digunakan untuk mencari data dari sumber yang berupa dokumen mengenai daya minat masyarakat terhadap e-Toll dan data yang dianggap perlu sebagai pendukung bagi kelengkapan dan kesempurnaan dalam penelitian ini, sehingga diperoleh data yang relevan dan valid.

Dalam menggunakan metode dokumentasi ini, peneliti memegang cheklist untuk mencari variabel yang sudah ditentukan. Apabila terdapat/muncul variabel yang dicari, maka peneliti tinggal membubuhkan tenda check di tempat yang sesuai.

Adapun teknik pengumpulan data yang berupa dokumentasi pada penelitian ini :

1) Dokumentasi berupa struk transaksi yang dikeluarkan oleh Jasa Marga pada saat di Gerbang Tol Otomatis (GTO).
2) Dokumentasi berupa struk *top up* (isi saldo) e-Toll card.

[33] Hadari Nawawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: UGM Press, 1987), 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kualitatif deskriptif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.[34] Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, di mana memerlukan data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah), sehingga benar salahnya sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang utuh dan terpadu mengenai penelitian ini, maka penulis menyusun penelitian ini dalam lima bab yang saling terkait. Pembahasan pada tiap-tiap bab dapat dikemukakan sebagai berikut:

[34] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 143.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab *satu* merupakan pendahuluan yang memberikan gambaran menyeluruh sekaligus sebagai pengantar untuk memahami uraian yang ada pada bab-bab selanjutnya. Bab ini terdiri dari uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teoritis, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab *dua* merupakan landasan teori, yaitu mengkaji tentang teori serta yang berkaitan dengan perilaku konsumen, minat dan konsumsi Islam. Penelitian ini hanya menggunakan teori yang relevan dengan permasalahan yang diambil.

Bab *tiga* adalah hasil penelitian lapangan yang meliputi penguunaan e-Toll card masyarakat muslim Gempol yang terbagi dalam 2 (dua) sub bab yaitu pertama, gambaran umum masyarakat Gempol dan kedua deskripsi data penelitian.

Bab *empat* adalah pembahasan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai analisa dari hasil penelitian secara terperinci, yaitu analisis minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card.

Bab *lima* penutup yang digunakan sebagai wadah untuk memberikan kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

PERILAKU KONSUMEN DAN KONSUMSI ISLAM

A. Konsep Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya bidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukakan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen.

Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli yaitu:

a. Kotler dan Keller mendefinisikan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.[1]

b. Shiffman dan Kanuk, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai suatu perilaku terpusat cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.[2]

---

[1] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* ed. 13 jil. 1 (Erlangga: Jakarta, 2008), 166.

[2] Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen,* ed. 7 (Jakarta: Prentice Hall, 2004), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Menurut Mangkunegara perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.[3]

d. Engel, Blackwell, dan Miniard, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.[4]

e. Davis L. Loudon dan Albert J. Della Bitta, mengemukakan bahwa perilaku kosumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa secara ekonomis. Dengan kata lain perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku konsumen dalam arti tindakan-tindakan yang dilakukan untuk membeli suatu barang dan jasa.

---

[3] Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen* (Bandung:PT Refika Aditama, 2009), 4.
[4] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi dan Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya: pendapatan, selera konsumen dan harga barang, di saat kondisi yang lain tidak berubah *(cateris paribus)* perilaku konsumen ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bagaimana seseorang dengan pendapatan yang diperolehnya dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan.[5]

Sedangkan menurut Philip Kotler perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya[6]:

a. Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor Sosial

   Faktor sosial dipengaruhi oleh: kelompok acuan, keluarga, dan status sosial.[7]

[5] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2000), 42.
[6] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:IKAPI, 2000), 183.
[7] Ibid., 187.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Kelompok acuan: seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut.
2) Keluarga: merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.
3) Peran dan status sosial: peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.

c. Faktor Pribadi

Karakteristik tersebut meliputi[8]:

1) Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya.
2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi.
3) Gaya hidup: pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.
4) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang manghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Konsep diri ada 3 yaitu konsep diri aktual (memandang dirinya seperti apa), konsep diri ideal

[8] Ibid., 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(memandang dirinya ingin seperti apa), konsep diri orang lain (manganggap orang lain memandang dirinya seperti apa).

d. Faktor Psikologi

Pilihan membeli seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu[9]:

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.[10]

2) Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen adalah proses di mana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik,

[9] Ibid., 196-200.
[10] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Peneraanya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 11-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya.[11]

3) Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

3. Proses Keputusan Konsumen

Ada beberapa tahap yang harus diperhatikan dalam membuat suatu proses pengambilan keputusan mengonsumsi atau membeli suatu barang/jasa. Tahapan tersebut diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan hasil pembelian konsumen terhadap produk yang telah di beli.

Menurut Kotler proses keputusan pembelian pembelian adalah sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan-kebutuhan yang belum terpuaskan dan dapat dirasakan oleh konsumen. Konsumen mempersiapkan perbedaan antara yang diinginkan dengan situasi saat ini guna membangkitkan dan

[11] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2009), 179-180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengaktifkan proses keputusan. Kebutuhan itu mungkin sudah dikenal dan dirasakan konsumen jauh-jauh dari sebelumnya.

b. Pencarian Informasi

Setelah konsumen menyadari adanya kebutuhan suatu barang atau jasa, selanjutnya konsumen mencari informasi, baik yang disimpan dalam ingatan maupun informasi yang didapat dari lingkungan luar. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok, yaitu:

1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2) Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan.
3) Sumber publik: media massa, organisai penentu peringkat konsumen.
4) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, pemakai produk.

c. Evaluasi Alternatif

Setelah informasi diperoleh konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut, seperti :

1) Kamera: ketajaman gambar, hasil warna, harga, ukuran kamera.
2) Hotel: lokasi, kebersiham , harga.
3) Ban: umur pemakaian, harga, mutu ketika dikendarai.

d. Keputusan Pembelian

Apabila tidak ada faktor lain yang mengganggu setelah konsumen menentukan pilihan yang telah ditetapkan, pembelian yang aktual adalah hasil akhir dari pencarian dan evaluasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Perilaku Pasca Pembelian

Secara umum, apabila individu merasakan ketertarikan yang sangat atau kepuasan dalam memenuhi kebutuhan, biasanya akan terus mengingat hal tersebut. Perilaku pasca pembelian meliputi kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pembelian.

B. Konsep Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Sedangkan minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Menurut Kinnear dan Taylor minat membeliadalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.[12]

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu tersebut terhadap suatu produk.

Setiadi menyatakan bahwa minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen

[12] Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*...,45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap merek dan evaluasi merek, sehingga dari dua tahap tersebut muncullah minat untuk membeli. Semakin rendah tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan semakin menurunnya minat beli konsumen.[13]

Durianto mengungkapkan bahwa minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, ataupun informasi seputar produk.[14]

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli timbul karena adanya ketertarikan dari individu tersebut terhadap produk yang diamati dan diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

a. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

[13] J. Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*…,216.
[14] Durianto, *Strategi Menaklukkan Pasar*…,58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Peran dalam Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler terdapat 5 pihak-pihak yang dapat memberi pengaruh dalam proses pengambilan keputusan, sebagai berikut[15]:

a. Pemrakarsa (*initiator)*

Orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu.

b. Pemberi Pengaruh (*influencer)*

Orang yang pandangan atau nasihatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.

c. Pengambil Keputusan *(decider)*

Orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian, apakah membeli, apa yang dibeli, kapan hendak dibeli, bagaimana cara membeli dan dimana akan membeli.

d. Pembeli *(buyer)*

Orang yang melakukan pembelian nyata.

e. Pemakai (*user)*

Orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian yang sebenarnya dan akan terus berlangsung saat setelah pembelian. Namun dalam pembelian yang sudah menjadi rutinitas konsumen sering sekali melewatkan atau membalik beberapa tahapan proses pengambilan keputusan dalam pembelian.

[15] Kotler Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran*…,207.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam membeli suatu barang atau jasa, seorang konsumen akan melalui suatu proses keputusan pembelian. Menurut Ma'ruf terdapat tiga proses keputusan pembelian, yaitu:[16]

a. Proses keputusan panjang *(extended decision making)* untuk barang *durable (*rumah, lahan, mobil, kulkas, mesin cuci, dll.) Proses itu menurut Berman dan Evans adalah: stimulus — kebutuhan — mencari info — evaluasi — transaksi — perilaku pasca pembelian. Pengertian stimulus adalah situasi yang menyebabkan munculnya kebutuhan dalam diri konsumen.

b. Proses keputusan terbatas *(limited decision making)*, sama dengan proses di atas tetapi terjadi secara lebih cepat dan kadang meloncati tahapan. Proses terbatas ini biasanya untuk barang seperti pakaian, hadiah, mobil kedua, atau jasa seperti wisata ke luar kota atau luar negeri.

c. Proses pembelian rutin, keputusan pembelian yang terjadi secara kebiasaan sehingga proses pembelian sangat singkat saja. Begitu dirasakan ada kebutuhan, langsung dilakukan pembelian, misalnya membeli baterai.

Menurut Kotler dalam melakukan proses keputusan pembelian dibagi menjadi 5 tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.[17]

---

[16] Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 61-62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Schiffman dan Kanuk "Proses pengambilan keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan".[18]

C. Teori Konsumsi Islam

1. Pengertian Konsumsi Islam

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.[19]

Konsumsi merupakan satu dari tiga pokok ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai motor dan lain-lain. Dalam berkonsumsi seseorang cenderung untuk memaksimumkan daya guna atau utilitynya. Dalam berkonsumsi tidak ada batasan untuk mencapainya. Sebagaimana ditegaskan Mundell, setiap individu atau kelompok memiliki hasrat memasimumkan keinginannya. Keinginan

---

[17] Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran…,*200.
[18] Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen…,*285.
[19] Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*…,178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dimaksud adalah kesenangan (*happiness*). Dasar dari pemenuhan happiness tersebut adalah keinginan.[20]

Menurut pendekatan ekonomi Islam, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penawaran atau penyediaan. Perbedaan ilmu ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi konvensional.

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Dalam komsumsi mangasumsikan bahwa konsumen memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah. Hal ini sesuai dengan rasionalaitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang

[20] Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*…,95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi.

Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah suatu kegiatan yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang dan jasa yang dihalalkan oleh syari'at Islam.

2. Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam

Islam menciptakan manajemen konsumsi dalam lima prinsip yang mudah untuk diamalkan:

a. Prinsip keadilan.

Berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, harus berada dalam koridor aturan atau hukum agama serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan. Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi. Sebagaimana firman Allah Swt dalam al-Quran Surat al-Baqarah ayat 173:[21]

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ ٱلْمَيْتَةَ وَٱلدَّمَ وَلَحْمَ ٱلْخِنزِيرِ وَمَآ أُهِلَّ بِهِۦ لِغَيْرِ ٱللَّهِ ۖ فَمَنِ ٱضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَآ إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ١٧٣

Artinya: *"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika*

[21] Departement Agama RI, *Alquran dan Terjemahanya* (Surabaya : CV. Karya Utama, 2005), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang"

b. Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubadziran atau bahkan merusak.

c. Prinsip Kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efesien dan efektif secara individual maupun sosial. Sebagaimana firman Allah dalam al-Quran surat al-Isra' ayat 26-27:[22]

وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ٢٦ إِنَّ ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓا۟ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا ٢٧

[22] Ibid., 388.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: *"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati ajaran Islam, maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Karena Islam adalah agama yang sangat mendukung nilai-nilai sosial, Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, maka Allah akan memberikan anugerah-Nya bagi manusia. Sebagaimana Allah berfirman dalam al-Quran surat al-Maidah ayat 96:[23]

أُحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ ٱلْبَحْرِ وَطَعَامُهُۥ مَتَٰعًا لَّكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ ۖ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ ٱلْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرُمًا ۗ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ٱلَّذِىٓ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ٩٦

Artinya: "*Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu*

[23] Ibid., 164.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam ihram. Dan bertakwalah kepada Allah Yang kepada-Nya-lah kamu akan dikumpulkan"

e. Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.[24]

3. Perilaku Konsumen Muslim

a. Konsumsi Muslim dalam Ekonomi Islam

Seorang muslim dapat berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan:

1) Ketidakmampuan manusia dalam mengatur gejala-gejala ekonomi dinyatakan al-Ghazali sebagai sesuatu yang dialami, karena manusia mengkondisikan pemenuhan kebutuhan hidupnya berdasarkan tempat di mana ia tinggal. Manusia tidak dapat memaksakan cara pemenuhan hidup orang lain kepada dirinya atau sebaliknya. Seorang muslim yakin bahwa Allah akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

2) Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktifitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh prefernsi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim. Keadaan ini akan menghindari

[24] M.A. Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pola hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari dari pengaruh pola konsumsi yang tidak perlu. Allah berfirman dalam surat al-Imran ayat 180.

وَلَا يَحۡسَبَنَّ ٱلَّذِينَ يَبۡخَلُونَ بِمَآ ءَاتَىٰهُمُ ٱللَّهُ مِن فَضۡلِهِۦ هُوَ خَيۡرٗا لَّهُمۖ....

Artinya: ”*Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karunia-Nya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka…*”

3) Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentinga guna memenuhi kebutuhan hidup. Perilaku konsumen dalam Islam akan melihat bagaimana keadaan psikologi orang lain. Dengan keadaan ini maka Islam menjamin terbangunnya pembangunan masyarakat yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi. Allah berfirman:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡ.....

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu."

Bahwa dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam arti, perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam.

b. Tingkat Kebutuhan Muslim

Islam menolak perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus. Keinginan manusia didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri manusia yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan yang lain.

Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan yang lainnya berbeda pula. Dalam ajaran Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat kemanfaatan (maslahah) dan bukan kerugian (mudarat) bagi kehidupan dunia dan akhirat.[25]

[25] Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 124.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Memperhatikan prioritas konsumsi antara daruriyat, hajiyat dan takmiliyat. Daruriyat adalah komoditas yang mampu memenuhi kebutuhan paling mendasar konsumen muslim, yaitu menjaga keberlangsungan agama (*hifz al-dīn*), jiwa (*hifz al-nafs*), keturunan (*hifz al-nasl*), hak kepemilikan dan kekayaan (*hifz al-māl*), serta akal pikiran (*hifz al-aql*). Sedangkan hajiyat adalah komoditas yang dapat menghilangkan kesulitan dan juga relatif berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, seperti luasnya tempat tinggal, baiknya kendaraan dan sebagainya. Sedangkan takmiliyat adalah komoditi pelengkap yang dalam penggunaannya tidak boleh melebihi dua prioritas konsumsi di atas.

Para pakar maqasid telah memetakan maqasid syariah menjadi beberapa bagian, Imam Syatibi membedakan maslahah menjadi tiga bagian:[26]

1) Kebutuhan *Dharuriyyat* (Primer).

   Kebutuhan Dharuri atau primer ialah kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaita dengan agama maupun dunia. Jika dia luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. Maslahat dharuriyyat ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar.

[26] Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 152-153.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun yang termasuk dalam lingkup maslahah dharuriyyat ini ada lima macam, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Umumnya ulama ushul fiqh sependapat tentang lima hal tersebut sebagai maslahat yang paling asasi. Secara umum, menghindari setiap perbuatan yang mengakibatkan tidak terpeliharanya salah satu dari kelima hal pokok (*maslahat*) tersebut tergolong dharuri. Syariat Islam sangat menekankan pemeliharaan hal tersebut, sehingga demi mempertahankan nyawa (kehidupan) dibolehkan makan barang terlarang (haram), bahkan diwajibkan sepanjang tidak merugikan orang lain. Karena itu bagi orang dalam keadaan darurat yang khawatir akan mati kelaparan, diwajibkan memakan bangkai, daging babi dan minum arak.

2) Kebutuhan *Hajiyyat* (Sekunder).

Kebutuhan hajjiyat atau sekunder adalah segala sesuatu yang oleh hukum *syara'* tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan dan *ihtiyath* (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut

3) Kebutuhan *Tahsiniyyat* (Tersier) atau *Kamaliyyat* (Pelengkap).

Kebutuhan *tahsiniyyat* (tersier) atau *kamaliyyat*(pelengkap) ialah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok di atas serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak pula menimbulkan kesulitan. Maslahah dalam jenis ini ialah sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti serta keindahan saja. Sekiranya kemaslahatan tidak dapat diwujudkan dalam kehidupan tidaklah menimbulkan kesulitan dan kegoncangan serta rusaknya tatanan kehidupan manusia. Dengan kata lain kemaslahatan ini hanya mengacu pada keindahan saja. Demikian kemaslahatan seperti ini dibutuhkan oleh manusia. Konsumsi *dharuriyyah* harus lebih utama dibandingkan konsumsi hajiyah dan tahsiniyah. Jangan sampai yang *tahsiniyyah* mengancam terpenuhinya konsumsi *dharuriyyah.*

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolok ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.[27]

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam tabel berikut.[28]

[27] Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 62.
[28] Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), 131.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1
Kakteristik Kebutuhan dan Keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu)	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat & berkah
Ukuran	Prefensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

4. Etika Muslim dalam Berkonsumsi

Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standart atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntutan ajaran Islam itu sendiri. Dalam hal ini, Muhammad Najetullah Siddiqi mengatakan bahwa konsumen harus puas akan perilaku konsumennya dengan mengikuti norma-norma Islam. Berikut contoh perilaku konsumen muslim antara lain :

a. Tidak boleh hidup bermewah-mewahan *(Tarf)*

Tarf adalah sebuah sikap berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam menikmati keindahan dan kenikmatan dunia. Islam sangat membenci *tarf* karena menyebabkan turunnya azab dan rusaknya umat Islam.

Hidup sederhana adalah tradisi Islam yang mulia, baik dalam membeli makanan, minuman, pakaian dan kediaman, atau dalam segi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kehidupan apapun. Diriwayatkan ketika nabi lewat dan melihat Sa'ad bin Abi Waqqash sedang berwudlu, beliau berkata, ''Jangan boros". Sa'ad bertanya, "adakah sikap boros dalam menggunakan air, ya Rasulullah?" Beliau bersabda, "Ya, walaupun kamu berada di sungai yang mengalir".[29]

Dampak negatif hidup bermewah-mewahan adalah adanya stagnasi dalam peredaran sumber daya ekonomi serta terjadinya distorsi dalam pendistibusian. Selain itu, dana investasi akan terkuras demi memenuhi kebutuhan konsumsi, hingga akhirnya terjadi kerusakan dalam setiap sendi perekonomian.

b. Menjauhi *Israf, Tabdhir* dan *Safih*

Israf adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. *Israf* merupakan perilaku di bawah *tarf*. *Tabdhir* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional. Syariat Islam melarang perbuatan tersebut karena dapat menyebabkan distorsi dalam distribusi harta kekayaan yang seharusnya tetap terjaga demi menjaga kemaslahatan hidup masyarakat.[30]

Ulama fiqh mendefinisikan *safih* adalah orang yang tidak cerdas di mana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya. Muhamaad al-'Arabi menambahkan, *safih* harus ada pembatasan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan safih

[29] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 133.
[30] Ibid., 77-78.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berada. Makna *safih* tidak bisa disederhanakan dengan orang yang tidak cerdas sebab segala perbuatannya dapat menyebabkan kemudharatan bagi pribadi dan masyarakat.[31]

c. Melakukan konsumsi yang seimbang

Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Larangan atas sikap *tarf* dan *israf* bukan berarti mengajak seorang muslim bersikap kikir. Akan tetapi, mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baik perkara adalah tengah-tengahnya.[32]

Ajaran Islam yang terkait dengan etika konsumsi, seperti kewajiban untuk mengkonsumsi makanan halal, larangan *tabdhir* dan berfoya-foya tentu akan berpengaruh secara signifikan terhadap keseimbangan konsumsi. Dengan sendirinya, fungsi obyektif dari konsumsi seorang muslim berbeda dengan konsumsi orang lain. Sebab bagi muslim, perilaku konsumsi tidak hanya dimaksudkan untuk memperoleh utilitas pribadi tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan keridlaan Allah.[33]

Allah SWT berfirman, "*dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian*"(QS. Al-Furqan: 67)

[31] Ibid., 78.
[32] Ibid., 79.
[33] Sirajul Arifin, "Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 7, No.2 (Oktober 2009), 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Menjauhi mengonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan

Syariah mengharamkan konsumsi atas barang dan jasa yang berdampak negatif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi yang di dalamnya terdapat kemudharatan bagi individu dan masyarakat. Konsumsi terhadap komoditas dan jasa yang dapat membahayakan kesehatan dan tatanan kehidupan sosial, sangat berdampak bagi kehidupan ekonomi. Seperti halnya narkoba, miras, judi dan penyakit sosial lainnya yang dapat menimbulkan tindakan criminal yang dapat meresahkan kehidupan masyarakat.[34]

Komoditas dan jasa yang dikonsumsi seorang muslim harus sesuai menurut syariah. Dalam arti barang dan jasa tersebut masuk dalam kategori tayyibah (baik lagi bermanfaat). Selain itu, kebutuhan yang ada juga harus diperbolehkan secara syar'i. Komoditas yang diperbolehkan syariah adalah menifestasi dari tayyibah dan rezeki seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an. Tayyibah adalah segala komoditas yang bersifat hasan (baik secara syar'i), bersih dan suci.[35]

Tujuan konsumsi seorang muslim adalah untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat dalam bingkai moral Islam. Jadi, seorang muslim harus mencari *falah* (kesejahteraan) setinggi mungkin sebatas anggaran yang dimilikinya.

[34] Ibid., 80.
[35] Ibid., 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesejahteraan yang dicitakan Islam merupakat wujud konkret dari tujuan Islam (*maqashid syariah*).

Tujuan syariah sebagaimana yang dieksplorasi oleh Imam Ghazali, mencakup segala sesuatu yang dianggap perlu untuk melindungi dan memperkaya iman, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda. Al-Ghazali meletakkan dasar iman pada deretan awal karena dalam Islam imam menjadi unsur utama dan dominan dalam mengkonstruk kesejahteraan yang berkeseimbangan. Iman meletakkan hubungan manusia pada suatu dasar yang tepat dan memungkinkan manusia dapat berinteraksi dengan sesamanya dalam suatu sikap yang seimbang, bahkan menjadi suatu sistem motivasi yang memberikan kekuatan yang mengarah pada tujuan pemenuhan kebutuhan dan distribusi pendapatan serta kekayaan yang adil.[36]

Selain pilar dasar yang pertama (iman), al-Ghazali meletakkan harta dalam bagian akhir, karena harta bukan merupakan tujuan itu sendiri. Meskipun keberadaannya sangat urgen dan pokok untuk merealisasikan kesejahteraan manusia, namun harta hanya menjadi sebuah alat.

Dari uraian di atas, dipahami bahwa penggerak awal kegiatan konsumsi adalah adanya keinginan. Seseorang mengkonsumis karena ingin memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap dua realitas keinginan, “baik” dan

[36] Sirajul Arifin, “Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik”…,258.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"buruk". Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain. Oleh karena itu, dalam Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat kemanfaatan *(maslahah)* dan tidak mengalami kerugian *(madarat)* bagi dunia dan akhirat.[37]

[37] Ibid., 259.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENGGUNAAN E-TOLL CARD MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL

A. Gambaran Umum Masyarakat Gempol

Secara geografis, Kecamatan Gempol berada di Kabupaten Pasuruan. Kecamatan Gempol terletak di bagian paling barat Kabupaten Pasuruan yang berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto. Secara umum Kecamatan Gempol mempunyai iklim tropis yang terbagi dalam dua musim yaitu musim hujan dengan curah rata-rata 2.372 mm / tahun dan musim berlangsung tahun 2009 sampai dengan sekarang tidak bisa kita prediksikan.[1]

Jumlah penduduk masyarakat Gempol 131.819 jiwa terdiri dari 66.742 orang laki-laki dan 65.077 orang perempuan dan berdasarkan luas tanah terpakai untuk bangunan rumah penduduk, sarana bangunan lainnya 1.293,37 Ha.

Pada Tahun 2017 UMR Kota Pasuruan sebesar Rp. 3.288.100 dan setiap tahun pasti mengalami peningkatan. Adanya penetapan nominal dari UMR adalah didasarkan dari hasil penentuan kebutuhan hidup layak yang datanya diambil menurut survei di masing-masing kota atau kabupaten setempat. Survei dilakukan meliputi dari lapisan pemerintah daerah, pengusaha, pekerja dan pakar ekonomi. Hal ini juga mengacu pada perekonomian dan industri yang ada di wilayah tersebut, mall, pasar juga laju perputaran uang di wilayah setempat.

[1] Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian, keadaan ekonomi masyarakat Gempol khususnya masih belum merata. Tingkat pengangguran atau yang belum bekerja untuk sementara ini belum bisa dihitung karena banyaknya orang yang sudah bekerja tapi belum tercatat di data pekerjaan di kecamatan setempat.

Secara formal mata pencaharian masyarakat Gempol adalah petani, buruh tani, pegawai negeri sipil, peternak, pedagang, pensiunan, pengrajin industri rumah tangga dan lain sebagainya. Dengan mengikuti pertumbuhan zaman yang semakin pesat, 65% penduduk masyarakat Gempol memiliki kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat.[2]

Mengingat lahan yang berada di wilayah Gempol paling banyak digunakan untuk perusahaan atau pabrik, maka banyak pula masyarakat Gempol yang memiliki pendapatan tetap sebagai buruh parbik. Karena tingginya nilai UMR kabupaten Pasuruan, mendorong masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup mulai dari kebutuhan primer hingga tersier.

Kebutuhan merupakan suatu aspek psikologis yang membantu makhluk hidup dalam beraktivitas dan menjadi alasan untuk semua makhluk hidup untuk berusaha. Tidak terkecuali manusia dengan bekerja, setiap manusia memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Adanya pembanguanan infrastruktur khususnya pada wilayah Gempol saat ini didominasi pada pembangunan jalan tol.

Wilayah Kecamatan Gempol sangat strategis untuk pengembangan pembangunan karena berada di dua titik persimpangan jalur Infrastruktur

[2] Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jalan Tol Gempol-Pasuruan, Gempol-Pandaan dan Gempol Pasuruan serta akibat dari luapan lumpur Lapindo sehingga adanya relokasi jalan Tol dan alteri Gempol–Surabaya yang berada ditengah - tengah wilayah perkotaan Kecamatan Gempol.

Seperti yang kita ketahui, bahwasanya apabila berkeinginan melintasi jalan tol harus mengendarai roda empat atau lebih. Masyarakat Gempol saat ini sudah banyak sekali yang memiliki kendaraan pribadi, hal ini terlihat dari rumah warga setempat yang memiliki mobil. Menurut data statistik pemilik kendaraan roda dua sebanyak 1,98 juta unit sedangkan pemilik kendaraan roda empat sebanyak 1.42 juta unit.[3] Mobil memang bukan kebutuhan utama, namun karena kesejahteraan yang diperoleh dari bekerja, banyak kemungkinan hingga kebutuhan tersier terpenuhi.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data Informan

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah masyarakat muslim Gempol pengguna e-Toll card dan informan yang mengetahui adanya e-Toll. Penelitian ini mengambil informan sebanyak 15 orang. Masing-masing terdiri dari 2 pegawai Jasa Marga, 3 pegawai indomaret selaku penjual e-Toll dan 10 pengguna e-Toll card. Berikut ini penjelasan dari beberapa informan yakni sebagai berikut:

[3] Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Dawam Aly

Bapak Dawam Aly adalah Kepala Desa Legok saat ini. Desa Legok merupakan desa yang letaknya paling dekat dengan bundaran tol Gempol dan pintu masuk tol Pandaan. Bapak Dawam mulai menggunakan e-Toll card sejak sebelum tanggal 31 Oktober 2017. Alasan beliau menggunakan e-Toll card karena sistem pembayaran lebih cepat daripada tunai.

b. Alamin

Bapak Alamin berusia 47 tahun. Beliau bekerja di PT. Agip (produksi oli), ia termasuk orang kepercayaan perusahaan yang sering bertugas keluar dengan menggunakan mobil kantor. Beliau juga memiliki kendaraan pribadi. Bapak Alamin termasuk pengguna e-Toll, alasan beliau menjadi pengguna karena ia mendukung program baru yang digalakkan oleh pemerintah

c. Soebandi

Bapak Soebandi berusia 53 tahun. Beliau menjabat sebagai pegawai kelurahan di daerah Gempol. Alasan memakai e-Toll karena merasa dimudahkan dengan e-Toll. Perjalanan selama di jalan tol juga sangat menghemat waktu tempuh.

d. Novia

Novia berjenis kelamin perempuan usia 25 tahun. Ia bekerja di salah satu pegawai bank swasta di daerah Gempol. Novia merupakan pengguna e-Toll card sejak Juli 2017. Menurut Novia ia lebih suka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan e-Toll daripada pembayaran tunai, e-Toll transaksinya lebih cepat dan mudah.

e. Khoirul

Bapak Khoirul berusia 40 tahun. Beliau bekerja sebagai perangkat desa di salah satu kelurahan yang berada di Gempol. Bapak Khoirul mengaku lebih mudah transaksi menggunakan e-Toll card, namun ia terkadang masih merasa bingung pada saat *top up* (isi saldo). Beliau juga berharap agar kedepannya pemerintah segera memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

f. Lukman Hakim

Bapak Lukman Hakim berusia 55 tahun. Beliau termasuk wirausaha di Desa Tempel. Usaha yang dijalankan selama 12 tahun terakhir ini adalah jual beli kain kiloan. Beliau mengaku bahwa sebenarnya ia masih nyaman dengan pembayaran tunai, namun karena muncul aturan baru, maka ia beralih menggunakan e-Toll card.

g. Samsul Hadi

Samsul Hadi berusia 58 tahun. Beliau tinggal di salah satu desa sekitar bundaran tol Gempol. Ia bekerja sebagai pengebor sumur dan sopir panggilan. Samsul Hadi tidak memiliki kendaraan roda 4 pribadi, namun ia memiliki kartu tol. Alasan beliau membeli dan menggunakan e-Toll card karena ia seringkali dihubungi orang lain untuk mengantarkan ke beberapa tempat tujuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Asmuayah

Asmuayah berusia 49 tahun. Beliau memiliki kesibukan jual beli kain kiloan serta sampah spon yang diperoleh dari salah satu perusahaan di Gempol. Ia termasuk pengguna tol pasif, pada saat membutuhkan saja ia gunakan. Selebihnya beberapa kartu tol yang ia miliki dipinjamkan ke supir truk pribadinya untuk mengangkut barang di daerah Jawa Bali.

i. Dewi

Dewi berusia 45 tahun. Dalam sehari-hari kesibukan beliau adalah memproduksi baju-baju muslim, daster serta mukena. Ia menggunakan e-Toll karena dibutuhkan melintas jalan raya tol ketika membeli kain di Surabaya.

j. Suwanto

Bapak Suwanto salah satu pegawai kantor kecamatan Gempol. Ia mengaku menggunakan e-Toll karena tuntutan pemerintah yang mengajak seluruh masyarakatnya lebih maju. Beliau merasa dimudahkan dengan menggunakan e-Toll card. Namun ia juga keberatan pada nominal yang harus dikeluarkan untuk kartu tol.

k. Piter

Bapak Piter berusia 65 tahun. Beliau sebagai marketing di sebuah perusahaan sambel yang lokasinya tidak jauh dari gerbang tol Gempol. Ia pengguna kartu Flazz yang dikeluarkan BCA. Menurutnya e-Toll card lebih praktis dan mudah digunakan..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

l. Sigit

Sigit berusia 28 tahun. Dia bekerja sebagai staf indomaret yang kita ketahui selama ini indomaret merupakan gerai penjualan e-Toll. Menurut Sigit pada saat digalakkan adanya e-Toll card, masyarakat banyak yang langsung menyerbu beli. Hal ini dimungkinkan masyarakat menganggap e-Toll menjadi suatu kebutuhan utama saat melintas jalan raya tol.

m. Hilda

Hilda bekerja sebagai staf indomaret, ia berusia 34 tahun. Beliau menjelaskan bahwa di indomaret sekarang ini kartu tol yang dijual adalah indomaret card. Indomaret card ini adalah hasil kerjasama antara indomaret dan bank mandiri. Masyarakat banyak yang minat untuk menggunakan indomaret card, karena menurut mereka untuk mendapatkannya cukup menebus di gerai indomaret manapun tanpa mendatangi bank penerbit. Untuk permasalah isi saldo pun indomaret card prosesnya mudah dan jarang sekali ditemui trouble.

n. Indah Pertiwi

Indah Pertiwi berusia 28 tahun. Di kantor Jasa Marga cabang Gempol-Pandaan ia menduduki posisi sebagai sekretaris. Saat penulis menemuinya, ia mengatakan pada tahap awal per Januari 2018 minat penggunaan e-Toll khusunya di area Gempol sangat rendah, meskipun sudah disediakan gerbang tol otomatis (GTO) masyarakat masih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak yang menggunakan sistem tunai pada saat transaksi di pintu keluar. Tetapi ia menyadari bahwa proses peralihan sistem pembayaran baru ini tentu membutuhkan waktu yang cukup panjang. Jasa Marga selaku pengelola ruas jalan tol akan terus menerus melakukan perbaikan supaya manfaat dari e-Toll dapat dipahami dan diterima masyarakat luas.

o. Aji Sucipto

Bapak Aji Sucipto termasuk pegawai Jasa Marga cabang Gempol. Beliau menegaskan keuntungan bagi masyarakat pengguna e-Toll antara lain lebih praktis karena tidak perlu menyiapkan uang pas, kemudahan pembayaran dengan sistem *tapping*, tidak perlu lagi menyimpan uang kembalian dalam pecahan kecil, berkurangnya risiko salah jumlah uang kembalian, dan terhindar dari kemacetan di gerbang tol.

2. Minat Masyarakat Muslim Gempol terhadap Penggunaan E-Toll Card

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, respon masyarakat terhadap penggunaan e-Toll card beraneka ragam, adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Minat Masyarakat Menggunakan E-Toll Card karena Kebutuhan

Seperti yang kita ketahui, bahwa mulai tanggal 31 Oktober 2017 seluruh gerbang tol menggalakkan aksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik yang sekarang dikenal dengan sebutan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e-Toll card. Saat ini e-Toll menjadi suatu kebutuhan pengguna ruas jalan tol, seperti yang diungkapan oleh Bapak Lukman Hakim sebagai berikut:

"Saya sudah 12 tahun menjual kain kiloan mbak, nah pada saat persediaan kain di rumah habis, ya saya harus ke wilayah Surabaya, Malang dan Probolinggo untuk kulakan kain. Supaya cepat sampai saya lebih memilih lewat jalan tol. Sebenarnya saya masih nyaman dengan pembayaran tunai, namun karena muncul aturan baru, yaa saya beralih menggunakan e-Toll. Menurut saya e-Toll sekarang ini sudah jadi kebutuhan masyarakat, khususnya pengemudi yang melintas jalan tol, kalo ndak bawa e-Toll ya repot sendiri"[4]

Selain penjelasan di atas juga diperkuat oleh penjelasakan Bapak Samsul Hadi:

"Saya tidak punya mobil sendiri mbak, tapi saya punya 2 kartu tol. Yang satu Flazz dan yang satu lagi indomaret card. Kerjaan saya selain jadi tukang bor sumur panggilan, saya biasanya juga jadi sopir orang-orang sekitar. Biasanya dihubungi teman, kadang ya keluarga untuk mengantarkan ke beberapa tempat tujuan, saya sering lewat tol karena tujuannya bukan hanya di daerah Jawa Timur saja, lewat tol cepet mbak, kalo lewat jalur biasa harus memakan waktu sampai 9 jam, saya bisa sampai dengan lama 7 jam.[5]

Menurut Bapak Soebandi:

"Untuk ke arah Malang sebelum ada jalan tol Gempol-Pandaan saya lewat bundaran Apolo, tapi sejak ada jalan tol saya melintas tol terus mbak, hemat waktu sekali karena di sini kan masih tergolong sepi. Ditambah pembayarannya sekarang cuma menempelkan kartunya saja itu sangat membantu".[6]

Informan berpendapat bahwa saat ini e-Toll memang menjadi suatu kebutuhan bagi pengguna jalan tol. Mereka lebih banyak memilih melintas tol karena lebih efisien dan menghemat banyak

[4] Lukman Hakim, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.
[5] Samsul Hadi, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.
[6] Soebandi, *Wawancara*, Gempol, 21 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu. Kebutuhan menjadi suatu dorongan baik, ketika kebutuhan itu muncul mencapai taraf intensitas yang cukup. Pemenuhan kebutuhan selalu didasari oleh motif untuk memenuhinya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa motivasi masyarakat dalam membeli dan menggunakan e-Toll dipakai untuk menunjukkan suatu keadaan dalam diri seseorang yang berasal dari akibat suatu kebutuhan.

b. Minat Masyarakat Menggunakan E-Toll Card karena Kemudahan

Dalam rangka menyikapi kerjasama antara PT. Bank Mandiri dengan PT. Jasa Marga dalam mengembangkan layanan transaksi pembayaran jalan tol melalui peluncuran *Electronic Toll* (e-Toll). Dengan layanan ini pengguna tol dapat bertransaksi hanya dengan menggunakan kartu. Kartu yang ditawarkan berupa kartu elektrik untuk memudahkan penggunanya dalam bertransaksi. Kartu ini dapat diisi ulang dalam penggunaannya. Dengan adanya kartu ini, perusahaan berharap dapat membantu mengurangi permasalahan di jalan tol. Pengguna tidak perlu antri untuk melakukan transaksi di gerbang tol.

Adapun alasan masyarakat muslim Gempol terhadap kemudahan penggunaan layanan produk baru e-Toll yaitu:

> "Saya lebih suka dengan e-Toll daripada pembayaran tunai, e-Toll transaksinya lebih cepat dan mudah. Saya mulai pakai e-Toll dari awal Juli 2017, karena kemudahannylah saya lebih cepat ingin beralih ke e-Toll"[7]

[7] Novia, *Wawancara*, Gempol, 25 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pernyataan tersebut sependapat dengan Bapak Khoirul:

"Kalo menurut saya lebih mudah transaksi menggunakan e-Toll card, ndak perlu menyiapkan uang receh dulu jadi tinggal tempel saja sudah bisa langsung jalan. Orang-orang terkadang ada yang mengeluhkan kesulitan untuk *top up* (isi saldo), tapi kalo saya pribadi ya saya isi melalui ATM untuk menghindari trouble pada mesin EDC yang biasanya disediakan di minimarket.[8]

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.[9]

Jika disimpulkan, semakin mudah dalam menggunakan teknologi baru maka minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin bertambah. Dikarekan ketika produk baru mudah digunakan pengguna tidak perlu mempelajari lebih mendalam yang dapat membuang waktu dan tenaga mereka, sehingga kemudahan penggunaan akan berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan e-Toll card.

c. Minat Masyarakat Menggunakan E-Toll Card karena Kenyamanan Penggunaan

Kenyamanan penggunaan merupakan suatu kondisi perasaan, dan kondisi perasaan itu sangat tergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Kita tidak dapat mengetahui tingkat kenyamanan yang dirasakan orang lain secara langsung maupun

[8] Khoirul, *Wawancara*, Gempol, 30 Januari 2018.
[9] Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan melakukan pengamatan luar terhadap orang tersebut, tetapi untuk mengetahuinya harus menanyakan langsung kepada orang tersebut mengenai seberapa nyaman diri mereka, dan biasanya menggunakan istilah-istilah yang kontinyu, seperti agak tidak nyaman, mengganggu, sangat tidak nyaman hingga mengkhawatirkan.

Menurut Bapak Aji Sucipto sebagai staf Jasa Marga cabang Gempol. Beliau menjelaskan bahwa:

> "Untuk menarik nilai kemanfaatan serta kenyamanan bagi pengguna ruas jalan tol dan e-Toll, pada masa transisi perubahan sistem pembayaran ini, ada beberapa imbauan dari Jasa Marga terhadap pengguna jalan. Jasa Marga mengimbau untuk pengguna jalan tol diharapkan menyiapkan uang elektronik dengan jumlah saldo yang cukup sebelum memasuki jalan tol. Kemudian meletakkan uang elektronik tidak jauh dari jangkauan, serta memberikan ciri atau tanda yang khas pada uang elektronik sebagai identitas kepemilikan. Beliau menegaskan keuntungan bagi masyarakat pengguna jalan tol antara lain lebih praktis, lebih mudah karena tidak perlu menyiapkan uang pas, kemudahan pembayaran dengan sistem *tapping*, tidak perlu lagi menyimpan uang kembalian dalam pecahan kecil, berkurangnya risiko salah jumlah uang kembalian, dan terhindar dari kemacetan di gerbang tol seperti yang dikeluhkan masyarakat pada umumnya. Tentu hal ini membuat masyarakat lebih nyaman kalo pakai e-Toll mbak.[10]

Hal ini diperkuat oleh pemaparan dari Bapak Dawam Aly:

> "Menurut saya e-Toll menjadi sangat penting, dengan adanya e-Toll pada saat transaksi digerbang tol prosesnya bisa lebih cepat dan bisa mengurangi antri panjang di pintu keluar tol, kartunya juga mudah digunakan sehingga membuat saya nyaman dengan e-Toll"[11]

Kepercayaan yang tinggi juga akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk baru. Semakin tingginya tingkat keamanan dan kenyamanan melakukan transaksi pembayaran

[10] Aji Sucipto, *Wawancara*, Gempol, 2 Mei 2018.
[11] Dawam Aly, *Wawancara*, Gempol, 25 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tol dalam bentuk elektronik, menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk melakukannya. Maka kepercayaan pengguna akan semakin tinggi pula.

d. Minat Masyarakat Menggunakan E-Toll Card untuk Membeli lagi

Keputusan pembelian ulang konsumen merupakan suatu keputusan konsumen untuk membeli produk lebih dari satu kali di mana keputusan ini juga diiringi faktor-faktor yang mempengaruhinya, terutama tentang informasi mengenai produk yang akan mereka dapatkan.

Bapak Fajarul Falah berpendapat, "Menurut saya setiap pengemudi wajib memiliki minimal 2 kartu tol dari bank yang berbeda, karena di sini masih kesulitan untuk *top up* saldo, selain itu kadang di gerbang tol satu dengan tol yang lain menerima pembayaran dari kartu yang berbeda, sehingga hal ini yang menyebabkan transaksi di GTO membutuhkan waktu lebih dari 8 detik. Kan tidak ada bedanya dengan transaksi tunai yang membutuhkan beberapa waktu"[12]

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli ulang terjadi karena beberapa faktor yang terdapat di dalam suatu produk. Salah satunya adalah citra merek yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam menilai suatu produk. Keterkaitan konsumen pada suatu merek akan lebih kuat apabila ditandai pada banyak pengalaman untuk mengkomunikasikannya. Citra merek

[12] Fajarul Falah, *Wawancara*, Gempol, 18 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(brand image) yang baik akan mendorong untuk meningkatkan volume penjualan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS MINAT MASYARAKAT MUSLIM GEMPOL TERHADAP PENGGUNAAN E-TOLL CARD

A. Analisis Minat Masyarakat Muslim Gempol terhadap Penggunaan E-Toll Card

Menurut temuan yang diperoleh peneliti bahwa dalam menjalankan peraturan pemerintah yang dirilis sejak tanggal 31 Oktober 2017, masyarakat muslim Gempol juga mulai banyak mengenal adanya e-Toll card untuk transaksi pengguna ruas jalan tol. Saat ini e-Toll menjadi suatu kebutuhan pengguna ruas jalan tol.

Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.[1]

Seperti yang diungkapan oleh Bapak Lukman Hakim sebagai berikut: "Saya sudah 12 tahun menjual kain kiloan mbak, nah pada saat persediaan kain di rumah habis, ya saya harus ke wilayah Surabaya, Malang dan Probolinggo untuk kulakan kain. Supaya cepat sampai saya lebih memilih

[1] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Peneraanya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 11-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lewat jalan tol. Sebenarnya saya masih nyaman dengan pembayaran tunai, namun karena muncul aturan baru, yaa saya beralih menggunakan e-Toll. Menurut saya e-Toll sekarang ini sudah jadi kebutuhan masyarakat, khususnya pengemudi yang melintas jalan tol, kalo ndak bawa e-Toll ya repot sendiri"[2]

Selain penjelasan di atas juga diperkuat oleh penjelasakan Bapak Samsul Hadi:

"Saya tidak punya mobil sendiri mbak, tapi saya punya 2 kartu tol, yang satu Flazz dan yang satu lagi indomaret card. Kerjaan saya selain jadi tukang bor sumur panggilan, saya biasanya juga jadi sopir orang-orang sekitar. Biasanya dihubungi teman, kadang ya keluarga untuk mengantarkan ke beberapa tempat tujuan, saya sering lewat tol karena tujuannya bukan hanya di daerah Jawa Timur saja, lewat tol cepet mbak, kalo lewat jalur biasa harus memakan waktu sampai 9 jam, saya bisa sampai dengan lama 7 jam.[3]

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa minat masyarakat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Per Oktober 2018 pengguna ruas jalan tol mengganggap bahwa e-Toll menjadi kebutuhan, hal ini disebabkan seluruh ruas jalan tol di Indonesia sudah mulai beralih dari gerbang tol manual menjadi gerbang tol otomatis yang mana transaksi dilakukan hanya dengan menempelkan kartu e-Toll card. Sehingga bagi

[2] Lukman Hakim, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.
[3] Samsul Hadi, *Wawancara*, Gempol, 20 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengendara roda empat atau lebih mengganggap e-Toll menjadi kebutuhan untuk melintas jalan tol.

Minat masyarakat terhadap e-Toll card selain karena kebutuhan juga karena persepsi yang dimiliki oleh konsumen. Persepsi konsumen adalah proses di mana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya.[4]

Adapun alasan lain masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan layanan produk baru e-Toll yaitu karena kemudahan. Kemudahan dalam pemakain e-Toll juga menjadi faktor penting. Membuat konsumen berminat terhadap suatu produk e-Toll card merupakan tantangan terbesar Bank Indonesia. E-Toll masih tergolong produk baru yaitu setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru.[5] Oleh karena itu, calon pengguna biasanya mempertimbangkan kemudahaan dan manfaat yang didapatkan bila memakainya.

Saudari Novia menuturkan bahwa, "saya lebih suka dengan e-Toll daripada pembayaran tunai, e-Toll transaksinya lebih cepat dan mudah. Saya mulai pakai e-Toll dari awal Juli 2017, karena kemudahannylah saya lebih cepat ingin beralih ke e-Toll"[6] Pernyataan tersebut sependapat dengan Bapak Khoirul; "Kalo menurut saya lebih mudah transaksi menggunakan e-Toll

[4] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2009), 179-180.
[5] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*…,10.
[6] Novia, *Wawancara*, Gempol, 25 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

card, ndak perlu menyiapkan uang receh dulu jadi tinggal tempel saja sudah bisa langsung jalan. Orang-orang terkadang ada yang mengeluhkan kesulitan untuk *top up* (isi saldo), tapi kalo saya pribadi ya saya isi melalui ATM untuk menghindari trouble pada mesin EDC yang biasanya disediakan di minimarket.[7]

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.[8]

Jika disimpulkan, semakin mudah dalam menggunakan teknologi baru maka minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin bertambah. Dikarekan ketika produk baru mudah digunakan pengguna tidak perlu mempelajari lebih mendalam yang dapat membuang waktu dan tenaga mereka, sehingga kemudahan penggunaan akan berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan e-Toll card

Persepsi lain yang dirasakan oleh masyarakat penggguna e-Toll yaitu kenyamanan. Kenyamanan penggunaan merupakan suatu kondisi perasaan, dan kondisi perasaan itu sangat tergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Kita tidak dapat mengetahui tingkat kenyamanan yang dirasakan orang lain secara langsung maupun dengan melakukan pengamatan

[7] Khoirul, *Wawancara*, Gempol, 30 Januari 2018.
[8] Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

luar terhadap orang tersebut, tetapi untuk mengetahuinya harus menanyakan langsung kepada orang tersebut mengenai seberapa nyaman diri mereka, dan biasanya menggunakan istilah-istilah yang kontinyu, seperti agak tidak nyaman, mengganggu, sangat tidak nyaman hingga mengkhawatirkan.

Menurut Bapak Aji Sucipto sebagai staf Jasa Marga cabang Gempol. Beliau menjelaskan bahwa; "Untuk menarik nilai kemanfaatan serta kenyamanan bagi pengguna ruas jalan tol dan e-Toll, pada masa transisi perubahan sistem pembayaran ini, ada beberapa imbauan dari Jasa Marga terhadap pengguna jalan. Jasa Marga mengimbau untuk pengguna jalan tol diharapkan menyiapkan uang elektronik dengan jumlah saldo yang cukup sebelum memasuki jalan tol. Kemudian meletakkan uang elektronik tidak jauh dari jangkauan, serta memberikan ciri atau tanda yang khas pada uang elektronik sebagai identitas kepemilikan. Beliau menegaskan keuntungan bagi masyarakat pengguna jalan tol antara lain lebih praktis, lebih mudah karena tidak perlu menyiapkan uang pas, kemudahan pembayaran dengan sistem *tapping*, tidak perlu lagi menyimpan uang kembalian dalam pecahan kecil, berkurangnya risiko salah jumlah uang kembalian, dan terhindar dari kemacetan di gerbang tol seperti yang dikeluhkan masyarakat pada umumnya. Tentu hal ini membuat masyarakat lebih nyaman kalo pakai e-Toll mbak.[9]

Hal ini diperkuat oleh pemaparan dari Bapak Dawam Aly; "Menurut saya e-Toll menjadi sangat penting, dengan adanya e-Toll pada saat transaksi

[9] Aji Sucipto, *Wawancara*, Gempol, 2 Mei 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digerbang tol prosesnya bisa lebih cepat dan bisa mengurangi antri panjang di pintu keluar tol, kartunya juga mudah digunakan sehingga membuat saya nyaman dengan e-Toll"[10]

Kepercayaan yang tinggi juga akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk baru. Semakin tingginya tingkat keamanan dan kenyamanan melakukan transaksi pembayaran tol dalam bentuk elektronik, menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk melakukannya. Maka kepercayaan pengguna akan semakin tinggi pula dan mengarah kepada keputusan pembelian ulang. Keputusan pembelian ulang konsumen merupakan suatu keputusan konsumen untuk membeli produk lebih dari satu kali di mana keputusan ini juga diiringi faktor-faktor yang mempengaruhinya, terutama tentang informasi mengenai produk yang akan mereka dapatkan.

Menurut Howard dalam Durianto dan Liana, minat beli ulang merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.[11]

Sesuai hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan dari Fajarul Falah: "Menurut saya setiap pengemudi wajib memiliki minimal 2 kartu tol dari bank yang berbeda, karena di sini masih kesulitan untuk *top up* saldo, selain itu kadang di gerbang tol satu dengan tol yang lain menerima pembayaran

[10] Dawam Aly, *Wawancara*, Gempol, 25 Januari 2018.
[11] Durianto dan Liana S, *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*…,51.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari kartu yang berbeda, sehingga hal ini yang menyebabkan transaksi di GTO membutuhkan waktu lebih dari 8 detik. Kan tidak ada bedanya dengan transaksi tunai yang membutuhkan beberapa waktu"[12]

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli ulang terjadi karena beberapa faktor yang terdapat di dalam suatu produk. Salah satunya adalah citra merek yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam menilai suatu produk. Keterkaitan konsumen pada suatu merek akan lebih kuat apabila ditandai pada banyak pengalaman untuk mengkomunikasikannya. Citra merek *(brand image)* yang baik akan mendorong untuk meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan pokok pikiran di atas, maka untuk analisis minat masyarakat muslim terhadap penggunaan e-Toll card dapat disimpulkan yaitu, bahwa minat merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia dan berfungsi sebagai pendorong dalam berbuat sesuatu yang akan terlihat pada indikator "rasa senang, memberi perhatian, dan berperan serta dalam kegiatan/kemauan".

Masyarakat sendiri merupakan "sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama".[13] Sehingga minat masyarakat merupakan penentuan sejumlah orang kepada pemilihan antara suka dan tidak suka terhadap suatu obyek, nilai-nilai

[12] Fajarul Falah, *Wawancara*, Gempol, 18 April 2018.
[13] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 721.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengalaman, perbuatan, kesenangan, perhatian, dan partisipasi seseorang terhadap suatu kegiatan yang disukainya.

Meskipun pada awalnya perkembangan e-Toll card masyarakat muslim Gempol masih tergolong rendah dan banyaknya pro kontra, namun dukungan masyarakat muslim Gempol ini perlu direspon oleh operator jalan tol dan penyedia e-Toll card untuk meningkatkan efisiensi sistem dan kemudahan akses ke layanan retail lain. Di samping itu, harus segera dilakukan peningkatan pelayanannya sehingga dampak dan kemanfaatannya menjadi lebih signifikan serta dapat meningkatkan minat pengguna e-Toll guna mencapai target perbankan dan pengelola tol.

B. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Gempol terhadap Penggunaan E-Toll Card

Jasa Marga mengelola sejumlah jalan tol dengan jumlah gardu tol keseluruhan sebanyak 1012 gardu se-Indonesia. Seluruhnya sudah bisa menerima e-Toll card. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card, di antaranya yaitu :

1. Adanya Peraturan Pemerintah

   Tanpa disadari peran jalan tol sangat penting terutama dalam menghadapi globalisasi yang sangat mengedepankan kecepatan. Oleh karena itu, pemerintah membuat kebijakan-kebijakan yang dapat mendukung perkembangan jalan tol, salah satunya yaitu menerbitkan produk baru yang bekerjasama dengan bank. E-Toll card merupkan alat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transaksi elektronik pengganti uang tunai yang berlaku bagi pengguna ruas jalan tol. Pada semua jalan tol sekarang ini sudah diberlakukan pembayaran tersebut, sehingga e-Toll menjadi kebutuhan bagi masyarakat.

Peraturan ini disebut-sebut sebagai langkah awal mendorong budaya nontunai (*cashless society*). Selain itu, kebijakan ini diharapkan dapat mengurangi kemacetan akibat antrean di gerbang tol. Pada awalnya beberapa orang dari masyarakat muslim Gempol merasa keberatan dengan adanya perubahan transaksi baru ini, namun karena ini sudah menjadi peraturan pemerintah, masyarakat tidak bisa menolaknya.

Bapak Suwanto menyatakan, "Saya menggunakan e-Toll karena tuntutan pemerintah yang mengajak seluruh masyarakatnya lebih maju. Tapi saya juga keberatan pada nominal yang harus dikeluarkan untuk kartu tol. Sebetulnya masih nyaman dengan pembayaran tunai yang hanya dipakai sekali jalan, sedangkan jika menggunakan e-Toll maka harus isi saldo dulu sehingga uang tidak dapat diputar. Uang saya mengendap di kartu tol ini ya jumlahnya lumayan, uang yang ditandon di kartu ini larinya kemana"[14] Sedangkan menurut Bapak Piter "e-Toll card lebih praktis dan mudah digunakan. Namun e-Toll ada minusnya yaitu karena dinilai lebih boros. Pada awal akan menggunakan saja harus menebus minimal Rp 25.000 dulu, kemudian harus isi saldo dan pada saat menggunakan juga harus kena charge."[15]

[14] Suwanto, *Wawancara*, Gempol 18 April 2018.
[15] Piter, *Wawancara*, Gempol 18 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pendapat responden di atas, maka kesimpulan yang bisa diambil adalah mayoritas responden menghargai inovasi pemerintah dalam mendorong diberlakukannya e-Toll card. Meskipun kebijakan tersebut merupakan solusi awal, atau hanya menyelesaikan persoalan di pintu jalan tol dan bukan menyelesaikan persoalan kemacetan, namun responden sadar upaya menggunakan kartu elektronik akan mengurangi waktu transaksi meskipun proses adaptasinya membutuhkan kurun waktu yang cukup lama.

Dalam hal ini pihak jasa marga serta perbankan merupakan sebagai pemrakarsa (*inisiator)* serta pemberi pengaruh (*influencer*) bagi masyarakat pengguna e-Toll card. Sedangkan pengguna e-Toll sendiri posisinya sebagai orang yang menentukan untuk mengambil keputusan (*desider*), pembeli (*buyer*) dan pemakai (*user*) sekaligus.

2. Adanya Banyak Kemanfaatan

Dilihat dari segi persepsi masyarakat, mereka menilai bahwa faktor pendorong dan motivasi adalah hal yang berkaitan dengan keamanan, kemudahan, kecepatan dan efisiensi. Masyarakat muslim Gempol memandang pembayaran e-Toll sebagai sistem pembayaran yang dapat lebih berkembang di masa yang akan datang dengan mengedepankan beberapa kriteria, di antaranya bersifat lebih mudah dan praktis, lebih aman serta dapat diterapkan dengan biaya rendah.

Keyakinan sikap penggunaan e-Toll card masyarakat muslim Gempol juga dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima dari sosial

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan lingkungan. Proses ini berawal dari informasi terkait e-Toll yang mereka dengar dari orang sekitar, kemudian ia mencari tahu lebih lanjut dan memutuskan untuk menggunakannya. Seperti yang disebutkan dalam bukunya Ma'ruf yang dapat mempengaruhi konsumen salah satunya yaitu pribadi dan lingkungan.[16]

Demikian pula dalam hal konsumi menurut pandang Islam, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah suatu kegiatan yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik, psikis atau material.

Dalam komsumsi Islam menerangkan bahwa konsumen memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah serta meningkatkan maslahah yang diperolehnya. Hal ini sesuai dengan kegiatan masyarakat muslim Gempol dalam mendukung adanya perubahan pembayaran transaksi elektronik di jalan tol. Masyarakat muslim Gempol turut mendukung perubahan tersebut karena beberapa dari mereka merasakan kegunaan dan manfaat dari produk e-Toll. Namun ada pula masyarakat muslim Gempol yang merasakan ketidaknyaman akan hadirnya transaksi baru ini, tetapi hal ini tidak menyimpang dari koridor syar'í.

Selain diiming-imingi adanya kemudahan yang diberikan oleh e-Toll card sendiri, sekarang ini juga banyak para penjual asongan yang menawarkan tongkat tol yang biasa dikenal dengan tongtol. Tongkat tol ini

[16] Ma'ruf, *Pemasaran Ritel…*, 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membantu pengemudi ketika melakukan penempelan kartu pada mesin pembaca. Memang butuh kiat-kiat untuk mendongkrak masyarakat supaya dapat menarik minat dalam penggunaan e-Toll card. Kemunculan e-Toll card ini diharapkan dapat membantu masyarakat khususnya pengguna kendaraan roda empat untuk memudahkan, memberi manfaat serta memeberikan kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan memberikan banyak kemudahan dan kemanfaatan yang diberikan, hal inilah yang merupakan salah satu tujuan dari inovasi produk baru tersebut.

3. Pengaruh Promosi Iklan

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi untuk menyebarluaskan informasi agar mendapatkan "*awareness*" atau respon dari target pasar. Minat tersebut berubah karena setelah konsumen menyadari kehadiran suatu produk, timbulah ketertarikan (*interest*) terhadap produk tersebut, dan apabila tertarik, muncul lah rasa ingin memiliki *(desire*) yang pada akhirnya membeli produk tersebut (*action)*.[17]

Strategi humas mensosialisasikan e-Toll card kepada masyarakat melalui kampanye turun ke lapangan, seperti pada saat masuk tol adanya komunikasi antara pihak jasa marga dengan pengendara, menginformasikan melalui web jasa marga, pemasangan spanduk serta billboard yang diletakkan di setiap GTO. Bilboard ini bertujuan untuk pemberitahuan agar pengguna e-Toll card mengetahui cara penggunaanya.

[17] Philip Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing)* (Jakarta: Erlangga, 2011), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Informasi yang diberikan kepada pengendara roda empat juga dalam bentuk poster atau flyer yang disebarluaskan di tempat strategis. Pemberian diskon bagi pengguna pertama juga menjadi daya tarik masyarakat dan ini sebagai strategi awal untuk menarik massa bahwa dengan menggunakan e-Toll card lebih banyak menguntungkan dari sisi waktu dan biaya.

Sebuah promosi iklan merupakan sumber informasi yang memberikan pengaruh besar kepada pengguna jalan tol serta e-Toll card. Promosi iklan merupakan alat komunikasi yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan yang dalam hal ini di pegang oleh PT. Jasa Marga dan bank penerbit e-Toll. Kegiatan promosi ini dimulai dari perencanaan yang matang sekaligus implementasi untuk menjangkau seluruh masyarakat.

Inti dari kegiatan promosi iklan e-Toll ini adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi agar bersedia menerima, membeli serta menggunakan produk baru e-Toll yang ditawarkan oleh penerbit. Suatu produk apabila ingin dikenal oleh masyarakat luas maka harus dipromosikan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan promosi seperti yang sudah dilakukan oleh pihak jasa marga selama ini.

Bentuk sosialisasi dalam upaya untuk mencapai angka target tersebut dilakukan pemerintah dengan berbagai strategi, salah satunya dengan media iklan. Iklan mengenai sosialisasi e-Toll card dapat dilihat di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai media elektronik seperti televisi, web jasa marga, pemasangan spanduk serta billboard yang diletakkan di setiap sepanjang ruas jalan dan pintu gardu tol di Indonesia.

Masyarakat muslim Gempol mengaku merasa diiming-imingi pemerintah dengan banyak kemanfaatan yang diberikan oleh e-Toll card, seperti waktu transaksi yang lebih cepat yaitu 4 detik, e-Toll card tidak mempunyai batas waktu kadaluarsa, serta dapat digunakan di setiap gerbang tol yang telah mengoperasikan e-Toll card sebagai alat pembayaran. Selain itu e-Toll card juga dapat digunakan untuk transaksi di gerai minimarket dan beberapa SPBU yang dikelola oleh Pertamina yang berlogo Mandiri.

Mengusung dari teori perilaku konsumen bahwasanya sikap atau perilaku terhadap suatu iklan memiliki pengaruh yang positif dalam menciptakan niat pembelian bagi konsumen. Dalam kaitannya dengan iklan, keinginan pembelian dapat dijelaskan sebagai suatu proses di mana konsumen melakukan rencana untuk membeli

Impulse buying dapat dijelaskan sebagai suatu kondisi dimana individu secara tiba-tiba melakukan pembelian dengan karakter pembelian yang tidak terencana dan keterdesakan untuk membeli yang tidak dapat ditolak.[18] Usaha yang dilakukan oleh pihak jasa marga dan perbankan dalam menarik minat masyarakat khususnya masyarakat muslim Gempol melalui iklan e-Toll membuahkan banyak hasil. Hal ini terlihat dari

[18] Michael R Solomon, *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed*, (New Jersey: Pearson Addison Wesley, 2011), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antisipasi masyarakat yang dengan cepat membeli e-Toll di gerai minimarket setempat. Mengingat wilayah Gempol juga sangat strategis untuk keluar masuknya jalan tol arah Gempol-Pasuruan, Gempol-Pandaan dan Porong-Gempol.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis temuan data penelitian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Minat masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card masih terbilang rendah karena jauh dari angka target. Menurut prediksi pegawai jasa marga masih mencapai angka 17 persen per Januari 2018, sedangkan angka target adalah 100 persen. Selain itu juga banyaknya pro dan kontra adanya produk baru bank berupa e-Toll
2. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Gempol terhadap penggunaan e-Toll card, yaitu; pertama, karena adanya peraturan pemerintah. Pada awalnya beberapa orang dari masyarakat muslim Gempol merasa keberatan dengan adanya perubahan transaksi baru ini, namun karena ini sudah menjadi ketetapan PT. Jasa Marga Pusat maka masyarakat tidak bisa menolaknya. Kedua, pengaruh iklan dapat dilihat di berbagai media elektronik seperti televisi, web jasa marga, pemasangan spanduk serta billboard yang diletakkan di setiap sepanjang ruas jalan dan pintu gardu tol di Indonesia. Ketiga, masyarakat merasakan sisi kemanfaatan yang diperoleh dari e-Toll.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang mungkin bisa dilakukan oleh pihak jasa marga maupun bank penerbit e-Toll card guna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menambah minat masyarakat terhadap penggunaanya, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk bank penerbit e-Toll card, sehubungan dengan keamanan dari kartu tol, ada baiknya bank mulai mencari solusi. Misalnya mencantumkan nama pemiliknya atau memberikan kode tertentu guna memudahkan pemilik kartu apabila rusak ataupun hilang serta agar nilai kemanfaatan yang diberikan kartu tol semakin tinggi.
2. Untuk PT. Jasa Marga, dalam rangka mensupport produk baru e-Toll baiknya dibuatkan pos pengaduan khusus, supaya pada saat pengemudi mengalami kendala ia cukup menghubungi nomor kantor. Selain itu perlu meningkatkan kualitas produk, di mana kehandalan e-Toll card benar-benar teruji secara teknis, alat sensor dapat membaca dengan berbagai kondisi dan tidak mudah rusak serta dalam pengoperasian dapat dilakukan dengan cepat. Selain itu dapat memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggan mulai dari membeli, menggunakan dan mengisi kembali pulsa e-Toll card, sehingga pelanggan puas.

Meskipun pada awalnya perkembangan e-Toll card masyarakat muslim Gempol masih tergolong rendah dan banyaknya pro kontra, namun dukungan masyarakat muslim Gempol ini perlu direspon oleh operator jalan tol dan penyedia e-Toll card untuk meningkatkan efisiensi sistem dan kemudahan akses ke layanan retail lain. Di samping itu harus segera dilakukan peningkatan sehingga dampak dan kemanfaatannya menjadi lebih signifikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.

A.P, Mangkunegara. *Perilaku Konsumen*. Bandung:PT Refika Aditama, 2009.

Arifin, Sirajul. "Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 7, No.2, Oktober 2009.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Peneletian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* . Surabaya: Airlangga University Press, 2001.

Data Badan Pusat Statistik

Departement Agama RI. *Alquran dan Terjemahanya.* Surabaya : CV. Karya Utama, 2005.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.

Durianto dan Liana S. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Fensi, Fabianus dan Michael Christian. "Perilaku pada Iklan terhadap Penggunaan Kartu E-Toll". *Jurnal Bricolage.* Vol. 3, No. 2, 2016.

Gunadi, Aldio Pramudya dan Sabrina O. Sihombing. "Prediksi Penggunaan Aktual E-Toll Card dengan Pendekatan Persamaan Model Struktural". *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.14, No.2. 2015.

Hartono, Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.

Hendro, Tri. *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.

Humaerah, Aprianiza. "Analisis Yuridis Mekanisme Pelaksanaan Produk Perbankan: E-Toll Card Bank Mandiri", *Jurnal Hukum*, 2013.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Husein, Umar. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka, 2002.

Jin, Byoungho & Yong Gu Suh, Intergrating, "Effect of Consumer Perception Factors in Predicting Private Brand Purchase in a Korean Discount Store Context", *Journal of Consumer Marketing*, 2005, 23 (2).

Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:IKAPI, 2000.

Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. jil.1 ed.12. Jakarta: PT. Indeks, 2007.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran.* jil.1. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga, 2009.

Kotler, Philip & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing).* Edisi Bahasa Indonesia jil.1. Jakarta: Erlangga, 2011.

Lestiningsih, Amin Setio dan Elyna Agustini. "Hubungan Penggunaan E-Toll Card terhadap Pendapatan Tol pada PT.Jasa Marga Tbk Cabang Ctc: Studi Kasus Gerbang Tol Tebet 1". *Jurnal Online Insan Akuntan*, Vol.1, No.2. Desember 2016.

Ma'ruf, *Pemasaran Ritel.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Mannan, M.A. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.

Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif*. Yogyakarta: BPFE, 2004.

Nawawi, Hadari. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press, 1987.

Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Purnama, Cahaya Agung. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Harga terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri: Studi Kasus Pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang*"* Skripsi–Universitas Diponegoro, Semarang, 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Purnama, Cahaya Agung dan Ibnu Widiyanto. "Studi tentang Minat Beli e-Toll Card di Kota Semarang", *Journal of Management* , Vol 1, No. 2 Tahun 2012.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI). *Ekonomi Islam.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.

Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen.* ed.7. Jakarta: Prentice Hall. 2004.

Schiffman dan Kanuk. *Perilaku konsumen*. ed. 7. Jakarta: Indeks, 2008.

Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Pemasaran* Jakarta:Erlangga, 2000.

Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011..

Solomon, Michael R. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed.* New Jersey: Pearson Addison Wesley, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Peneraanya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi dan Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Sriwardiningsih, Enggal. "Nilai Guna (Kepuasan) Green Technology E-Toll sebagai Salah Satu Alternatif Layanan pada Konsumen Pengguna Tol dalam Kota Jakarta". *Binus Business Review* Vol. 5, No. 1. Mei 2014.

Tampubolon, Friska Hotmauli. "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut E-Toll Card dengan Conjoint Analysis*"* Skirpsi—Universitas Indonesia, Jakarta, 2012.

Undang-undang tentang Jalan Tol, UU No.15 Tahun 2005, LN No. 32 Tahun 2005, TLN No.4489, ps 1 (2).

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yosua, Monica Christy. “Perlindungan Hukum bagi Pengguna E-Toll Card terhadap Kontrak Standar yang Dibuat Oleh Pt. Bank Mandiri (Persero), Tbk Padalarang”. Tesis–Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2017.

Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Gempol%E2%80%93Pasuruan (01 Mei 2018).

Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Gempol%E2%80%93Pandaan (01 Mei 2018).

Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Tol_Porong%E2%80%93Gempol (01 Mei 2018).

WAWANCARA

Abdul Kholiq

Aji Sucipto

Alamin

Asmuayah

Dawam Aly

Dewi

Fajarul Falah

Indah Pertiwi

Khoirul

Lukman Hakim

Novia

Rajab

Samsul Hadi

Soebandi

Suwanto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id