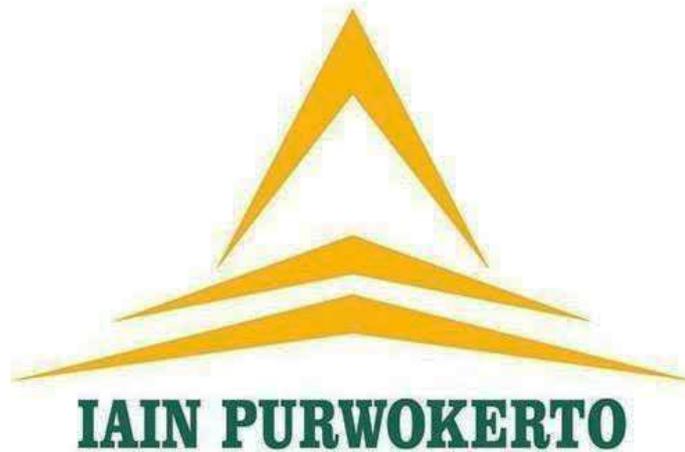


**RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE  
PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY*  
(STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh :  
Febriyanti Rahayu  
NIM. 1617201142**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Febriyanti Rahayu**

NIM : **1617201142**

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE  
PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY*  
(STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 25 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



**Febriyanti Rahayu**  
**NIM. 1617201142**

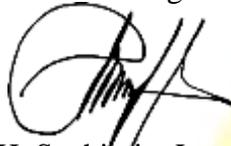
## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

### **RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY* (STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**

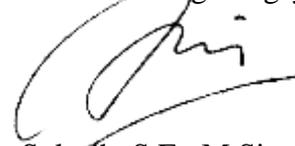
Yang disusun oleh Saudari **Febriyanti Rahayu NIM. 1617201142**  
Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**  
tanggal **21 Juli 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh  
gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan  
Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



H. Sochimmin, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji



Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji



Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.  
NIP. 19750420 200604 2 001

Purwokerto, 07 Agustus 2020

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19750921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di –

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Febriyanti Rahayu, NIM. 1617201142 yang berjudul :

**RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE  
PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY*  
(STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 25 Juni 2020

Pembimbing

IAIN PURWC



Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.

NIP : 197504202006042001

**MOTTO**

**“Memilihlah dengan tanpa penyesalan”**

**Mary Anne Radmacher**



**RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE  
PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY*  
(STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**

**FEBRIYANTI RAHAYU**

**NIM. 1617201142**

**Email : [aayyu5384@gmail.com](mailto:aayyu5384@gmail.com)**

**Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan memotret realitas relasi ekonomi dari kacamata Islam sehingga memperkaya dan menambah wawasan tentang perspektif Islam pada praktek-praktek relasi ekonomi Islam. Adapun latar belakang penelitian ini adalah adanya simpang siur relasi ekonomi yang terjadi antara perusahaan dengan *driver* (pihak ketiga) yang terjadi diberbagai wilayah khususnya Purwokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang berlokasi di kota Purwokerto. Subjek dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *sampling purposive*. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah relasi ojek *online*. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam secara virtual via Whats Apps dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan relasi yang terjadi tidak dapat dikatakan sebagai *sharing economy* secara konvensional maupun secara islam. Kemitraan relasi perusahaan dengan ojek *online* dapat dikatakan *subordinate union of partnership*. Kemitraan perusahaan dengan *driver* ojek *online*, telah selaras dan sah menurut Pasal 1320 KUHP Perdata dan selaras dengan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, namun secara Islam relasi yang terjadi ini tidak sah.

**Kata Kunci : Relasi, Ekonomi, *Sharing Economy*, Transportasi, *Online***

**RELASI EKONOMI BISNIS TRANSPORTASI ONLINE  
PERSPEKTIF *ISLAMIC SHARING ECONOMY*  
(STUDI KASUS GOJEK DAN GRAB PURWOKERTO)**

**FEBRIYANTI RAHAYU**

**NIM. 1617201142**

**Email : aayyu5384@gmail.com**

**Islamic Economy Department, Faculty of Economics and Islamic Business  
Institute of Islamic State (IAIN) Purwokerto**

**ABSTRACT**

The aim of this research is to take the reality of economic relation based Islamic perspective so it can enriches and increases the insight about Islamic perspective on the practices of islam economic relation. The background of this research is that there was the criss-cross of economic relation that occur between the company and the driver (3<sup>rd</sup> side) in various region especially Purwokerto.

This research used qualitative research which conducted in Purwokerto town. The subject of this research was taken using *sampling purposive* technique. The object of this research is the relation of *online motorcycle taxi*. The techniques in collecting the data of this research are in-depth interview via whatsapp and documentation. The techniques in analyzing the data are used data reduction technique, data presentation, and drawing conclusion and verification.

The findings of this research show that the relation that occur cannot be categorised as sharing economy either conventionally or islam. The partnership between the company and the *online motorcycle taxi* can be said as *subordinate union of partnership*. The partnership between the company and the driver of *online motorcycle taxi* get hamonic and valid according to Pasal 1320 KUHP Perdata and match according to Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata but in Islam, this relation that occur is not valid.

Keywords: Relationships, Economy, Sharing Economy, Transportation, Online

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عددة	Ditulis	'iddah
------	---------	--------

### 3. *Ta' Marbuṭah* di akhir kata bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

### 4. Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

### 5. Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>ḥahiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

## 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

## 8. Kata Sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita selalu panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita sehingga kita dapat menikmati segala limpahan nikmat dan rizki yang diberikan-Nya. Dan juga kita juga selalu bersyukur atas segala kemudahan yang diberikan Allah SWT dalam penyelesaian skripsi ini.

Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya di akhirat nanti aamiin.

Bersamaan dengan terselesaikannya skripsi ini, ucapan terimakasih penyusun sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu demi terselesaikannya skripsi ini. Penyusun sampaikan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
2. Dr. Fauzi, M.Ag, Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
3. Dr. Ridwan, M.Ag, Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
4. Dr. Sulkhan Chakim, MM, Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
6. Dewi Laela Hilyatin.S.E., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
7. Dani Kusumastuti,S.E.,M.Si. sebagai pembimbing yang dengan tulus dan sabarnya membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini melalui arahan dan bimbingannya

8. Segenap dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang telah membantu dan membimbing penulis selama ini
9. Gojek dan Grab sebagai objek penelitian penulis, khususnya kepada para *driver* yang telah membantu dan memfasilitasi penulis dalam melakukan penelitian
10. Orang tua penulis, Bapak Soleh Ahmadi dan Ibu Kaisah yang dengan segenap kasih sayang tulusnya, pengorbanan, doa-doanya, dan ridhonya serta semangatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Sahabat-sahabat terbaikku, Mba El, Iyan, Indrong, Nitul, Simun, Mely, dan Efha yang selalu ada dalam suka dan duka
12. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah D angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang berjuang bersama dari semester 1 sampai sekarang, sukses buat kita semua aamiin,,
13. Teman-teman seperjuangan kompleks Siti Hajar Pesma An Najah Purwokerto angkatan 2016 : Indrong, Ani, Ditya, Irma, Siwardani, Cipeh, Hani, Neli, Santi, Mucil, dll..
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang penulis tak dapat menyebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis memohon kritik dan sarannya yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis. Aamiin.

Purwokerto, 21 Juli 2020

Penulis,



**FEBRIYANTI RAHAYU**

NIM. 1617201142

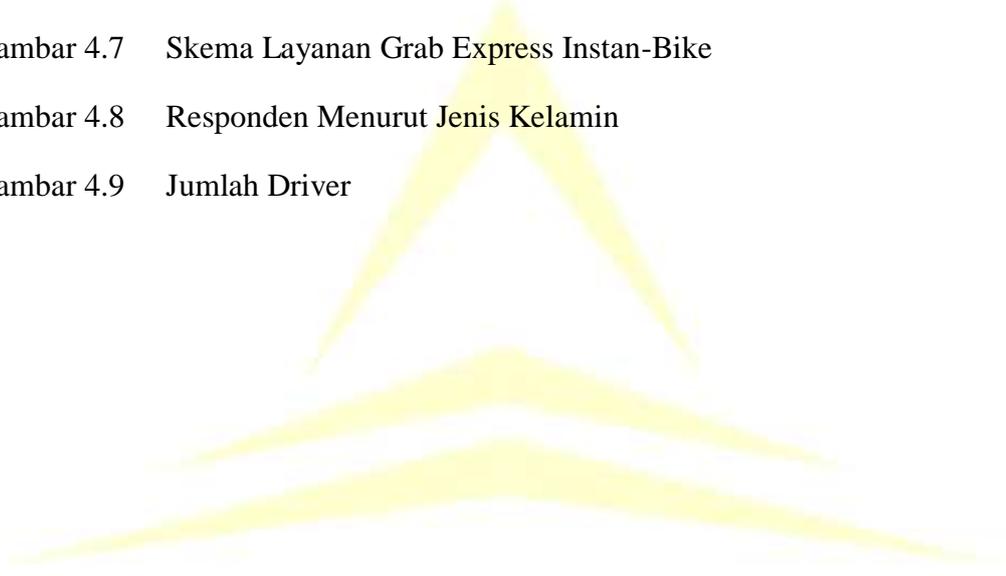
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Oprasional .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Pembahasan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Umum Ojek Online .....	7
B. Tinjauan Relasi Ekonomi Bisnis .....	9
C. Tinjauan Umum <i>Sharing Economy</i> .....	12
D. Konsep <i>Sharing Economy</i> dalam Perspektif Islam .....	15
E. Penelitian Terdahulu .....	20

F. Landasan Teologis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	26
B. Lokasi penelitian .....	26
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	26
D. Sumber Data .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	28
F. Teknik Analisis Data .....	28
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Ojek <i>Online</i> .....	30
B. Gambaran Umum Responden .....	49
C. Relasi Ekonomi Bisnis Perusahaan dengan <i>Driver</i> .....	51
D. <i>Sharing Economy</i> dalam Ojek <i>Online</i> .....	56
E. Konsep <i>Islamic Sharing Economy</i> dalam Ojek <i>Online</i> .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66
C. Kata Penutup .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Skema Pesanan Go Ride
- Gambar 4.2 Skema Go Send
- Gambar 4.3 Skema Go Shop
- Gambar 4.4 Skema Go Food
- Gambar 4.5 Skema Layanan Grab Bike
- Gambar 4.6 Skema Grab Food
- Gambar 4.7 Skema Layanan Grab Express Instan-Bike
- Gambar 4.8 Responden Menurut Jenis Kelamin
- Gambar 4.9 Jumlah Driver



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR TABEL

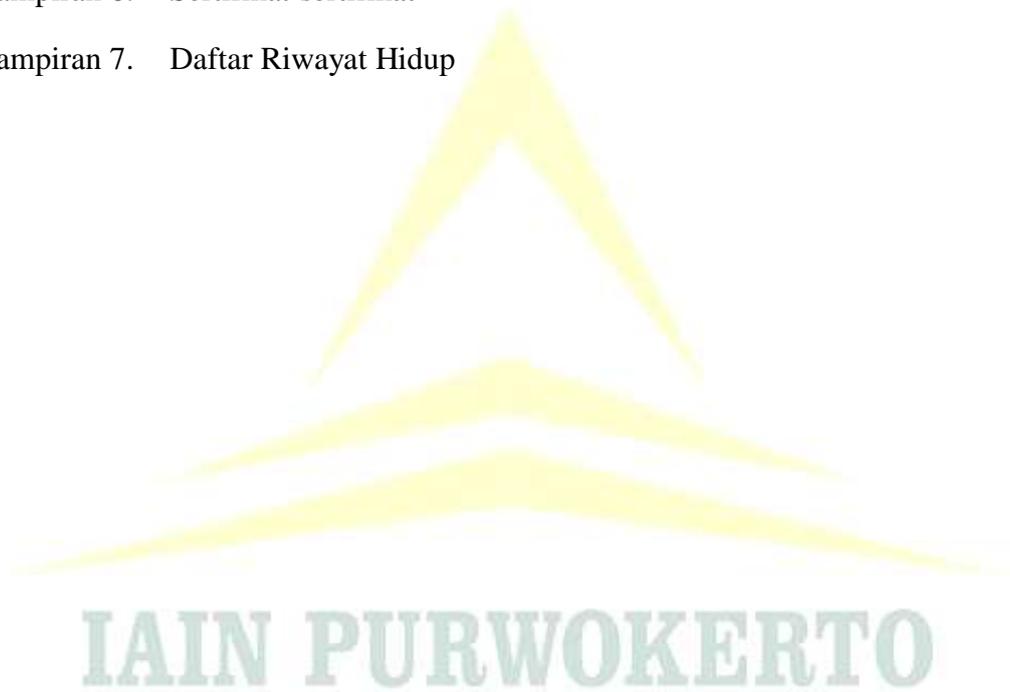
Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu
Tabel 4.1	Poin Gojek
Tabel 4.2	Pembagian Zonasi
Tabel 4.3	Bonus Per Poin
Tabel 4.4	Pelanggaran Terdekteksi Sistem
Tabel 4.5	Pelanggaran Yang Dilaporkan Pelanggan
Tabel 4.6	Tahapan Sanksi
Tabel 4.7	Berlian Grab
Tabel 4.8	Bonus Target Berlian
Tabel 4.9	Tata Tertib Grab



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kisi-kisi wawancara
- Lampiran 2. Foto kegiatan dan foto wawancara
- Lampiran 3. Kisi-kisi wawancara *google form*
- Lampiran 4. Reduksi data *google form*
- Lampiran 5. Perjanjian Gojek dan Grab
- Lampiran 6. Sertifikat-sertifikat
- Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ojek Online mempunyai dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia. Secara umum, beberapa manfaat hadirnya ojek *online* (ojol) antara lain (Serempak, 2019); kemudahan *customer* mendapat kendaraan umum, lebih murah, aman, banyaknya pilihan layanan, mengurangi penggunaan uang *cash*, layanan profesional, dan fleksibel. Hadirnya ojek *online* juga mengurangi pengangguran dan memperbaiki pendapatan masyarakat.

Sistem penghasilan pengemudi ojol yang ditawarkan perusahaan adalah bagi hasil atas tarif yang dikenakan pada konsumen. Jika pengemudi ojol telah memenuhi target poin yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka pengemudi akan mendapatkan bonus. Hal ini dianggap sebagai *sharing economy* (Rustyani, 2016). Menurut Rhenald Kasali, guru besar Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia sekaligus pendiri Rumah Perubahan. Berpendapat bahwa pada era internet, *sharing economy* diterapkan pada aplikasi seperti gojek dan grab (Fajrina, 2016) yang menyediakan transportasi umum gojek tanpa memiliki kendaraan sepeda motor. Hal ini memungkinkan konsumen terhubung langsung dengan perusahaan jasa lewat *platform* internet serta prinsip bagi hasil.

Terlepas dari manfaat-manfaat yang diperoleh dari keberadaan ojek online bagi banyak pihak, masih terdapat ketidakjelasan dalam relasi ekonomi antara pengemudi dan perusahaan. Mitra pengemudi mengalami “ketidakjelasan” (Kamim & Khandiq, 2019, hal. 64) hubungan kerja yang antara pengemudi dan perusahaan. Dimana dalam ikatan itu tidak dapat dinamakan sebagai ikatan pekerja dan perusahaan, walaupun pada awalnya perusahaan ojol menamakan pengemudi sebagai “mitra” yang mana “tidak dapat ditekan”. Namun pada nyatanya mereka tertekan dengan keadaan yang harus mengikatkan diri dengan peraturan atau sama sekali tidak akan mendapatkan penghasilan. Begitupun dengan penentuan tarif yang dilakukan

perusahaan dengan sebelah pihak. Tanpa adanya perwakilan atau jajak pendapat dengan para pengemudi ojol. Dimana artinya perusahaan secara legal formal tidak wajib memberikan “hak pekerja” pada mitra pengemudi (Indyaswari & Putra, 2015, hal. 6). Tidak adanya hubungan kerja yang jelas menyebabkan pengemudi tidak dapat menuntut hak-hak pekerja seperti pekerja pada umumnya seperti upah lembur, jaminan kerja atau pesangon apabila mereka memutuskan hubungan kerja dengan perusahaan.

Jika memang tidak ada hubungan kerja maka yang seharusnya muncul adalah ikatan “mitra”. Yang apabila perusahaan akan mengambil keputusan dan membuat perarturan kerja pengemudi akan diikuti sertakan di dalamnya. Namun kenyataannya pengemudi ojol si penyedia kendaraan angkutan, tidak pernah dilibatkan dalam pengambilan keputusan dan mereka harus mengikuti segala ketentuan yang ditetapkan sepihak oleh perusahaan penyedia aplikasi (Indyaswari & Putra, 2015, hal. 6).

*Kontraktor independent* begitu mereka menyebutnya (Kamim & Khandiq, 2019, hal. 65). Dimana ketika pengemudi ojol disebut seperti itu maka akan lebih tepat dibandingkan dengan “mitra” karena sebagai “*kontraktor independen*” mereka akan menanggung resiko sendiri, menerima upah rendah, dan tidak menerima jaminan sosial. Mereka terikat dengan poin yang ditentukan oleh perusahaan. Ketika mereka belum mencapai batas poin maka mereka tidak akan mendapatkan bonus dari perusahaan. Ini membuat pengemudi harus terus bekerja dengan waktu yang tidak jelas. Karena tidak semua pengemudi akan mengalami kelancaran dalam menerima konsumen. Kadang sebagian dari mereka rela sampai pagi demi jejak performanya dalam mencari konsumen dapat dilihat perusahaan sebagai salah satu pengorbanan mereka. Biasanya mereka lakukan demi hari selanjutnya agar mudah mendapatkan konsumen dari perusahaan.

Apalagi perusahaan ojol akan menurunkan bonus dengan melihat performa pengemudi ojol. Jika pengemudi ojol terlalu memilih milih konsumen dan performanya kurang dari 65% maka bonus tidak akan turun dari

perusahaan. Ini memaksa pengemudi ojol untuk mengambil setiap orderan yang masuk pada akunnya.

Hal ini bisa dinamakan fenomena gamifikasi (Kamim & Khandiq, 2019, hal. 62). Ada dua definisi tentang gamifikasi di jurnal ini. Gamifikasi yang pertama memiliki arti bahwa seseorang mengumpamakan dirinya dalam bekerja seperti sedang memainkan *game*, istilah ini dikenal sebagai “*entreprise gamificatin*” (Dale, 2014, hal. 82-90). Di sini perusahaan akan membuat seolah-olah semua perarturan yang ada sebagai misi-misi, poin, dan ketercapaian tertentu yang oleh pengemudi akan dirasakan seperti *game* yang harus diselesaikan. Hal ini untuk memberikan motivasi kepada pengemudi ojol agar mereka semangat dalam menjalankan misi menerima orderan. Sedangkan definisi yang kedua adalah “*labour process as a game*” dimana pengemudi akan mengikatkan diri agar termotivasi untuk memenuhi target yang mereka buat sendiri (Burawoy, 1981, hal. 285). Kadang apabila sampai larut malam mereka belum memenuhi target diri yang belum tercapai maka mereka akan membalas dengan “ngalong”. Mereka akan mencari orderan di jam-jam dini hari, dari jam 1 sampai pagi.

Pengemudi ojol juga tidak memiliki payung hukum yang mengatur keselamatan pengemudi, dan menjembatani keadilan untuk pihak-pihak yang terlibat dalam relasi ekonomi ojol. Mereka malah menggandeng sebuah perusahaan asuransi untuk mendapatkan nasabah pengemudi ojol tersebut seperti gojek yang menggandeng asuransi allianz (Walfajri, 2019). Belum lagi pemilik sebenarnya dari sebuah resiko yang mungkin terjadi akibat pembatalan sepihak orderan, seperti pembatalan pembelian makanan padahal pengemudi sudah membelinya, dan dari perusahaan tidak bisa membantu adanya hal seperti ini. Hal ini membuktikan bahwa resiko akan ditanggung oleh pengemudi ojol.

Ketidakjelasan ini telah memunculkan kebimbangan dan konflik dalam relasi ekonomi antara pengemudi dan perusahaan. Dalam beberapa bulan terakhir ini ribuan pengemudi ojek online kembali menyuarakan suaranya. Dalam Tribun Jateng (Zain, 2019) memberitakan ribuan pengemudi ojol di

Kabupaten Banyumas Jawa Tengah menggelar aksi mogok massal selama tiga hari, mulai Rabu (21/8/2019) hingga Jumat (23/8/2019). Alasan mereka melakukan aksi tersebut adalah untuk mendemo kenaikan tarif yang menurut mereka kurang wajar. Kemudian di beritakan oleh liputan 6 (Ridlo, 2019) bahwa pengemudi transportasi *online* Gojek dan Grab Purwokerto hari ini menyegel kantor perwakilannya masing-masing, Rabu (21/8/2019). Mereka melakukan hal tersebut karena belum terpenuhinya tuntutan mereka. Tuntutan mereka antara lain, tuntutan dihapuskannya sistem perangkat dan alokasi order, hapus potongan potongan yang memberatkan, jaminan keamanan serta jaminan kerja yang pasti, laksanakan amanat PM 118 Tahun 2018 Pasal 32 Poin 4 tentang pendaftaran ulang bagi mereka yang mendapatkan penonaktifan akun atau realisasi *open suspend*, dan melibatkan pengemudi ojol setiap ada pengambilan kebijakan baru.

Fenomena ekonomi ojek online yang diklaim sebagai model *sharing economy* menarik untuk dikaji sejauh mana relasi ekonomi ojek online memberi kemanfaatan bagi para pelaku (utamanya pengemudi), serta persoalan-persoalan yang muncul dalam relasi ekonomi antara pengemudi dan perusahaan. Di sisi lain ekonomi Islam menawarkan model *sharing economy* (*Islamic sharing economy*) yang menurut para ahli lebih mampu menciptakan keadilan bagi para pelaku ekonomi.

Penelitian ini difokuskan bagaimana praktik *sharing economy* yang berjalan pada kasus ojol dalam relasi ekonomi antara ojol dengan pengemudi ojek dengan perusahaan pengemudinya. Dengan pemikiran tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Relasi Ekonomi Transportasi *Online*: Studi Perspektif *Islamic Sharing Economy* Studi Kasus Pada Ojek *Online* Gojek dan Grab Purwokerto”.

## **B. Definisi Oprasional**

1. Ojek *Online* atau sering disebut ojol adalah sebuah transportasi yang dapat dipesan melalui *smartphone* menggunakan layanan data internet.
2. Relasi Ekonomi adalah hubungan yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi.

3. *Sharing Economy* adalah model ekonomi dimana konsumen menggunakan perangkat *online* untuk kolaborasi dalam kepemilikan, sewa, bagi, dan pertukaran barang dan jasa
4. *Islamic Sharing Economy* adalah inti dari Ekonomi Syariah. Teknologi itu hanya cara untuk *sharing*-nya dan cara itu akan membawa masalah hanya bila memenuhi *maqashid sharia*.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan “Bagaimana relasi ekonomi ojol ditinjau dari prespektif ekonomi Islam tentang *sharing economy (Islamic sharing economy)* ?”

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan dan manfaat memotret realitas relasi ekonomi dari kaca mata Islam sehingga memperkaya dan menambah wawasan tentang perspektif Islam pada praktek-praktek relasi ekonomi Islam.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir (Dahlan, Atabik, Solikhin, Wildan, & Harjanu, 2020, hal. 6-8).

Bagian Awal Skripsi meliputi sampul depan/luar, sampul dalam Judul Skripsi, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak dan kata kunci, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar singkatan, dan daftar lampiran.

Kemudian pada bagian utama untuk penelitian kualitatif terdiri dari lima bab dengan rincian sebagai berikut :

BAB I, pendahuluan, berisi Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II, landasan teori, berisi Teori-Teori, Pustaka, Penelitian Terdahulu, dan Landasan Teologis.

BAB III berisi tentang Metode Penelitian yang terdiri dari Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data Penelitian.

BAB IV berisi tentang Penyajian dan Pembahasan.

BAB V berisi tentang Kesimpulan, Saran – Saran, dan Kata Penutup.

Kemudian untuk bagian akhir skripsi berisi Daftar Pustaka, Lampiran – lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Tinjauan Umum Ojek Online

#### 1. Pengertian Ojek

1980 pada media masa Panji Masyarakat (Wijayanto, 2018, hal. 2) sudah diberitakan kemunculan sarana transportasi baru berupa ojek. Cerita pada masa itu ojek berasal dari kata “objek” yang kemudian diubah menjadi kata kerja dengan logat Jawa sehingga berubah menjadi “ngobjek”. Namun W.J.S Poerwadarminta memiliki pendapat yang dituangkan pada Kopas yang terbit pada 22 September 1979 (Wijayanto, 2018, hal. 3) ojek adalah sepeda yang ditaksikan.

Sedangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi ojek adalah sepeda motor atau sepeda yang ditambahkan dengan cara mengantar *customer* ke tempat tujuan yang *customer* atau penyewa inginkan. Ojek adalah kendaraan pribadi atau berpelat hitam yang digunakan oleh pemilik untuk dijadikan sarana transportasi darat, mengantarkan *customer* atau yang menyewanya ke tempat tujuan yang dikehendaki oleh *customer* atau penyewa tersebut. Peer Salim dan Yenny Salim (Adisasmita, 2010, hal. 38) mengatakan bahwa ojek adalah sepeda motor atau sepeda yang disewakan kepada orang dengan memboncengkan orang tersebut dengan cara mereka menghampiri pemilik motor atau pangkalan mereka.

Pada dasarnya ojek menjadi transportasi yang sangat membantu masyarakat karena kendaraan roda dua ini bisa menjangkau hampir semua tempat yang tidak bisa dilalui oleh angkutan umum mobil atau bus. Entah itu sebuah lorong, desa yang sangat pelosok, jalan sempit, atau melewati kemacetan. Zaman dahulu ojek muncul karena tidak diperbolehkannya bemo, becak dan kendaraan umum lainnya masuk ke Pelabuhan Tanjung Priuk. Sampai pada tahun 1974 yang diberitakan oleh Kompas (Wijayanto, 2018, hal. 4) ojek menyebar kepedesaan Jawa

Timur, para petani yang memiliki waktu luang disela-sela bercocok tanam memilih menjadi pengojek.

## 2. Perkembangan Ojek *Online*

Ojek *online* (Adisasmita, 2010, hal. 40) adalah ojek yang pemesanan jasanya berbasis pada teknologi internet dengan memanfaatkan aplikasi pada *smartphone*. Perusahaan akan menciptakan suatu aplikasi yang bisa digunakan pada *smartphone*, kemudian masyarakat bisa secara gratis mengunduhnya dan mengisi data diri lalu dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Ojek *online* memiliki banyak keunggulan dan keamanan bagi penggunanya. Penggunanya dapat memesan layanan dari segala tempat, dan pengguna dapat melihat titik berangkat pengemudi, harga, jarak tempuh, identitas pengemudi, dan perusahaan pengelolanya. Pengguna juga dapat berkomunikasi secara aktif dengan layanan *chatting* yang disediakan oleh aplikasi, jadi pengguna tidak akan takut dibohongi oleh pengemudi. Karena semua hal yang terjadi pada aplikasi pengguna dan pengemudi akan terbaca oleh *server* pusat perusahaan.

Kemunculan transportasi *online* di Indonesia di mulai pada tahun 2009 (Farras & dkk, 2014), dimana transportasi *online* ini pertama kali dipelopori oleh Uber Taxi sebagai layanan transportasi yang bisa dipesan secara *online* melalui sebuah aplikasi. Kemudian di tahun 2015 mulailah muncul Gojek (Wijayanto, 2018, hal. 21), dan Grab pada tahun 2014 (RA & dkk, 2015) sebagai transportasi ojek *online* di Indonesia dan diikuti oleh ojek *online* lainnya.

Perusahaan ojek *online* membuat sebuah aplikasi dengan berbagai keunggulan yang memudahkan para *customer* untuk memesan sesuai titik jemput yang mereka mau. Bukan hanya itu, *customer* bahkan bisa mengetahui titik pengemudi berangkat, jarak, lama pemesanan, harga, identitas pengemudi ojek *online* yang menjemput, serta perusahaan pengelolanya hanya dengan satu aplikasi.

Pada awal peluncuran aplikasi ini perusahaan gojek memiliki tiga layanan (Wijayanto, 2018, hal. 64) yaitu transportasi, kurir, dan layanan belanja. Pada awalnya Nadiem Makarim, salah satu pemilik Go-Jek, melihat besarnya potensi ekonomi yang ada pada bisnis ojek. Dari sinilah pada tahun 2010 (Wijayanto, 2018, hal. 9) ia mulai mencoba mengeksplor bisnis ojek menjadi lebih *modern*, efektif, dan efisien dengan tidak hanya nongkrong di pangkalan mereka serta menunggu lambaian tangan dari para *customer*. Hingga pada Januari 2015, Go-Jek resmi diluncurkan ditengah masyarakat.

Sedangkan grab (RA & dkk, 2015), pada awal peluncurannya menyediakan layanan grabtaxi dan grabride.. Tidak jauh berbeda dengan Go-Jek yang berawal karena potensi ekonomi yang tinggi, grab berawal karena ada sekelompok teman yang mengeluhkan sulitnya mendapatkan taksi (Ratih, 2019). Grab *launching* pertama pada tahun 2012 di Singapura, dan masuk ke Indonesia pada Juni 2014.

Dengan berbagai aktivitas dan kesibukan masyarakat, membuat ojek *online* makin ramai diminati oleh masyarakat. Masyarakat merasa sangat terbantu dengan hadirnya ojek *online* ini. Dengan hadirnya ojek *online* memberikan nilai lebih yang selama ini didambakan oleh kedua belah pihak, yaitu pendapatan ojek yang bertambah dan kenyamanan *customer* yang bertambah pula. Selain *customer* lebih praktis dalam mendapatkan pengemudi, pengemudinya pun menyenangkan, helm dan jas hujan telah disediakan oleh pengemudi.

## **B. Tinjauan Relasi Ekonomi Bisnis**

Relasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah hubungan, perhubungan, pertalian. Sedangkan definisi ekonomi sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah urusan keuangan rumah tangga (organisasi, negara) atau sebuah hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa relasi ekonomi adalah hubungan kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang dalam kegiatan tersebut menghasilkan sebuah keuntungan

dalam hal keuangan. Dalam relasi ekonomi antar dua belah pihak atau lebih, pasti memiliki kerjasama yang berbentuk perjanjian agar selalu bisa disiplin dalam menjalani relasinya. Dalam hal ojek *online* hubungan kerjasama yang dijalin adalah sebuah kemitraan.

Menurut Ambar Teguh Sulistiyani kemitraan diadaptasi dari kata *partnership*, yang memiliki kata dasar *partner*, hal ini dilihat dari perspektif etimologi (Sulistiyani, 2004, hal. 129). *Partner* dapat diartikan menjadi pasangan, jodoh, sekutu atau kompanyon. Sedangkan *partnership* dapat diartikan sebagai persekutuan atau perkongsian. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa kemitraan dapat diartikan sebagai persekutuan antara dua belah pihak atau lebih yang membentuk ikatan hubungan kerjasama atas dasar kesepakatan bersama dan rasa saling membutuhkan dalam tujuan meningkatkan kualitas dan kuantitas disatu bidang tertentu sehingga dapat mendapatkan hasil yang baik.

Karena tujuan dari suatu kemitraan itu adalah menjadi lebih baik, maka dalam bermitra harus saling memberi manfaat kepada pihak yang bermitra. Manfaat yang diberikan berupa keuntungan kepada pihak-pihak yang bermitra, bukan merugikan salah satu pihak. Kemitraan ini bisa dilakukan oleh banyak pihak seperti perorangan, atau badan hukum, bahkan kelompok-kelompok. Pihak-pihak yang bermitra mempunyai status yang sama antara satu dengan yang lain (*subordinate*), memiliki kesamaan misi atau misi berbeda tetapi saling melengkapi secara fungsional.

Model kemitraan yang dikembangkan berdasarkan azas kehidupan organisasi pada umumnya ada 3 bentuk seperti berikut ini.

1. *Subordinate union of partnership*

Kemitraan ini terjadi dua belah pihak atau lebih yang masing-masing memiliki status, kemampuan, atau kekuatan yang tidak seimbang satu sama lain. Maka hubungan yang terjadi antar pihak bukan lagi hubungan sejajar, namun hubungan atas bawah, kuat-lemah. Hal ini menimbulkan akibat tidak ada *sharing* dan peran atau fungsi yang seimbang.

## 2. *Linear union of partnership*

Untuk model ini pihak-pihak yang bergabung untuk melakukan kerjasama ialah kelompok, organisasi, atau para pihak yang memiliki kesamaan tujuan atau misi, besarnya usaha, dan legalitas.

## 3. *Linear collaborative of partnership*

Dalam model kemitraan yang ini tidak memperhatikan perbedaan besaran usaha, legalitas atau kekuatan para pihak yang bermitra. Yang menjadi titik utama dalam model ini adalah visi misi yang saling mengisi satu dengan lainnya. Dalam model kemitraan ini terjadi hubungan secara linear, berada posisi garis lurus, dan tidak saling subordinatif.

Selain dari hubungan tersebut, para pihak juga mengadakan suatu perjanjian atau kontrak bisnis. Menurut Abdul R. Saliman dalam bukunya (Salim, 2017, hal. 39) menjelaskan bahwa kontrak adalah kesepakatan yang dibuat oleh para pihak yang bersepakat untuk melakukan dan tidak melakukan suatu hal, biasanya secara tertulis. Dengan telah disepakatinya sesuatu, hal ini menyebabkan para pihak memiliki kewajiban untuk menaati dan melaksanakan apa-apa yang telah disepakati. Sehingga, perjanjian tersebut menimbulkan hubungan hukum antar pihak yang kemudian disebut perikatan. Kontrak itu sendiri dapat menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang telah bersepakat, karena itu kontrak yang telah dibuat bisa dijadikan sebagai hukum formal dengan syarat kontrak tersebut adalah kontrak yang sah.

Sedangkan syarat sah suatu kontrak ada dalam Pasal 1320 KUHP Perdata (Simatupang, 2003, hal. 28), yaitu.

1. Syarat subjektif, apabila syarat ini dilanggar maka kontrak dapat dibatalkan. Syarat ini meliputi.
  - a. Kecakapan dalam membuat kontrak (dewasa dan tidak sakit ingatan).
  - b. Kesepakatan dari mereka yang mengikatkan diri

2. Syarat objektif, apabila hal ini dilanggar maka kontrak akan batal demi hukum. Hal ini meliputi.
  - a. Suatu hal atau objek tertentu.
  - b. Sesuatu sebab yang halal (kuasa).

Selain dari syarat sah suatu kontrak, ada pula asas-asas dalam melakukan hubungan kontrak. Asas ini terdapat pada pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Asas yang terkandung dalam pasal tersebut adalah sebagai berikut.

1. Konsensualisme, yaitu perjanjian yang telah dibuat akan terjadi jika telah adanya konsensus (kesepakatan yang disetujui bersama) antara pihak-pihak yang mengadakan kontrak tersebut.
2. Kebebasan berkontrak, artinya para pihak yang berkesepakatan bebas memilih apa yang diperjanjikan, bebas dalam pengadaan perjanjian, dan bebas pula dalam menentukan bentuk kontraknya.
3. *Pacta sunt servanda*, artinya kontrak tersebut mengikat seperti undang-undang bagi mereka yang berkesepakatan.

## C. Tinjauan Umum Sharing Economy

### 1. Pengertian Sharing Economy

*Sharing economy* menurut Renald Kasali adalah sebuah hal yang tidak baru lagi. Dalam *Sharing economy* yang dikemukakannya, *Sharing economy* menggunakan dasar berbagi yang artinya “gotong royong”, jadi bukan semata-mata berbagi secara cuma-cuma. Namun saling bergotong royong membangun sebuah kebiasaan ekonomi yang dapat saling menguntungkan. Maka dapat disimpulkan bahwa model *sharing economy* yang dikemukakan oleh Renald Kasali adalah model bisnis kerjasama dalam menghasilkan kesejahteraan melalui sebuah konsep dasar “*sharing resource*” melalui prinsip bagi hasil hingga mampu menciptakan nilai perekonomian yang baru. (Kasali, Beda Sharing dengan Sharing Economy, 2016).

*Sharing economy* adalah sebuah model ekonomi yang di mana individu atau sekelompok orang mampu menghasilkan uang dari sumber daya yang dimiliki untuk memuaskan *customer* dengan memberikan jasa untuk individu atau sekelompok lainnya, melalui sebuah *platform online* (Turino, 2016, hal. 31). *Sharing economy* yang dimaksud adalah sebuah transaksi yang dilakukan melalui sebuah perantara. Oleh sebab ini, dalam perspektif perusahaan, *sharing economy* diartikan sebagai model bisnis dengan perusahaan tidak menyediakan keperluan industrinya sendiri melainkan meminjam, menyewa, dan mengakses dari masyarakat pemilik sumber daya, yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat yang memerlukan.

Alex Stephany (Stephany, 2015, hal. 21) mendefinisikan *sharing economy* sebagai nilai yang diambil dari aset yang kurang dimanfaatkan dengan cara membuatnya dapat diakses secara *online* oleh komunitas, yang arahnya pada berkurangnya kebutuhan seseorang terhadap keinginan memiliki aset tersebut. Dapat juga diartikan sebagai nilai dalam mendistribusikan kembali kelebihan yang dimiliki pemilik aset kepada komunitas, atau menjadi “*slack to the pack*” yang artinya dalam *sharing economy* dapat berbagi beban bersama menyalurkan kelebihan juga dalam mencapai tujuan keuangan tanpa mengurangi atau menghilangkan porsi diri. Komunitas yang dimaksud disini adalah pemilik kepentingan yang saling membutuhkan antara satu sama lain yang dihubungkan oleh sebuah transaksi tidak hanya penawaran dan permintaan.

Menurut M. Ruslianor Maika (M. Ruslianor, 2016, hal. 8) *sharing economy* adalah suatu model ekonomi *peer to peer* yang dilakukan dengan menggunakan media digital internet. Hal ini menyebabkan bukan saja menawarkan penghematan biaya dan kenyamanan konsumen namun juga menawarkan efisiensi sumber daya dan perluasan distribusi pendapatan bagi mereka si penyedia jasa. Alex (Stephany, 2015, hal. 28)

juga menuliskan pada bukunya bahwa ekonomi *peer to peer* menjadi sebenar-benarnya cara berpikir yang lebih baik.

Pia dan Yasanthi juga menuliskan pada bukunya yang berjudul *The Rise of The Sharing Economy* bahwa *sharing economy* memiliki fokus pada *peer to peer* atau lebih dikenal dengan konsumsi kolaboratif (Albinsson & Perera, 2018, hal. 17). Konsumsi kolaboratif itu sendiri adalah sistem perputaran sumber daya yang didalamnya konsumen memperoleh dan menyediakan baik sementara atau secara permanen berupa sumber daya atau layanan yang berharga melalui interaksi secara langsung dengan konsumen lain atau dimediasi oleh pihak ketiga.

*Sharing economy* juga memiliki manfaat memungkinkan orang untuk menggunakan sumber daya mereka (aset yang mereka miliki) secara lebih efisien. Semakin efisien dengan mereka memperoleh intensif yang lebih dalam keuangan dengan melakuakn *sharing economy* ini. Selain itu juga dengan adanya *sharing economy* menjadikan sosial manusia menjadi lebih tinggi. Dengan saling berhubungan melalui internet secara keuangan yang akan menghubungkan banyak orang dengan keberagaman suku, ras, agama dan lain sebagainya.

## 2. Karakteristik *sharing economy*

Dalam buku majalah online, *Sharing or Paring ?* yang diteliti oleh kantor jasa professional atau PriceWaterhouseCooper (PwC). Di dalam majalah tersebut menjelaskan tentang beberapa karakteristik *sharing economy* antara lain (PWC, 2015).

### a. Berbasis berbagi

Dalam ekonomi berbagi, berbagi model ekonomi yang dimaksudkan adalah mereka berbagi sumber daya mereka yang bisa berupa aset ataupun jasa (layanan fisik) antara satu sama lain untuk jangka waktu yang pendek ataupun panjang. Menurut Kasali bahwa berbagi disini adalah sebuah kegiatan gotong royong yang dalam membangun sebuah perekonomian yang saling menguntungkan. Jadi tidak semua

keperluan perusahaan disediakan oleh perusahaan sendiri, namun ada bagian si penyedia sumber daya oleh pihak ketiga, sebagai perusahaan penyedia *platform* dan sebagainya.

b. Sumber daya dengan kapasitas menganggur

Jadi mereka para peserta menawarkan kapasitas dari sumber daya mereka yang berlebihan atau tidak dimanfaatkan untuk dimanfaatkan oleh orang lain. Orang lain itu nanti yang akan memanfaatkan sumber daya untuk disewakan atau dijual manfaatnya kepada si konsumen melalui sebuah perantara.

c. Akses sesuai permintaan dengan adanya perangkat digital yang memungkinkan interaksi jaringan

Layanan yang disediakan oleh perusahaan berdasarkan permintaan konsumen yang kemudian akan di layani oleh penyedia layanan. Perusahaan menyediakan *platform* untuk menghubungkan penyedia layanan dengan pengguna layanan. Dan mereka pengguna layanan hanya harus membayar sebesar sebanding dengan layanan yang mereka gunakan.

d. Berkendara menuju keberlanjutan

Penyedia jasa memiliki tujuan untuk mencapai hal yang selalu berkelanjutan. Mereka memiliki alih-alih agar orang lain mau memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki untuk selalu saling memanfaatkan sumber daya yang menganggur. Mereka juga meningkatkan masa sumber daya yang mereka miliki, agar pencemaran lingkungan akibat pembelian produk baru dapat dikendalikan. Hal ini karena barang yang digunakan untuk melakukan *sharing economy* berharga mahal, sehingga masyarakat berpikir untuk selalu menyewanya dibandingkan untuk membelinya (Ramadhan, 2016, hal. 246).

#### **D. Konsep *Sharing Economy* dalam Perspektif Islam**

*Sharing economy* sangat berkaitan dengan fikih muamalah terkait harta benda dan kepemilikan (M. Ruslianor, 2016, hal. 8). Dalam fikih

muamalah harta benda dan kepemilikan dibagi menjadi tiga, diantaranya adalah muamalah komersil, muamalah non komersil, dan diantara keduanya. Muamalah komersil sendiri di bagi menjadi beberapa bagian lagi yaitu jual beli (*Bai'*), sewa (*Ijarah*), dan perkongsian atau kerjasama (*syirkah*).

Kerjasama (*syirkah*) atau lebih dikenal dengan *musyarakah* merupakan sebuah kegiatan perkongsian atau *partnership* dalam sebuah kegiatan ekonomi. *Musyarakah* (Mardani, 2013, hal. 220-221) adalah sebuah kegiatan ekonomi bisnis dengan mencampurkan dua modal dari dua pihak tanpa membedakan keduanya dan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati diawal perjanjian. Hal ini sesuai dengan landasan teori secara umum yang diambil dari pendapat Renald Kasali, bahwa *sharing economy* yang digunakan pada ojek *online* menggunakan konsep gotong royong dan bagi hasil maka dalam fikih dapat dikatakan sebagai *syirkah* atau lebih umum disebut *musyarakah*..

Dalam pelaksanaan *musyarakah* ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi oleh para pihak yang melakukan kerjasama. Rukun *musyarakah* itu sendiri terdiri dari.

1. *Shighat*, yaitu sebuah ungkapan baik secara lisan maupun tulisan yang menunjukkan kehendak untuk melaksanakan kesepakatan dengan maksud *musyarakah*.
2. *'aqidain*, yaitu adanya dua pihak yang melakukan transaksi. Pihak tersebut harus memenuhi kelayakan melakukan transaksi.
3. Objek *musyarakah*, yaitu berupa modal pokok. Modal ini berupa harta yang jelas kepemilikannya, tidak boleh terutang atau harta temuan.

Sedangkan untuk syarat terjadinya *musyarakah* adalah sebagai berikut.

1. Dua pihak yang saling berkesepakatan untuk melakukan transaksi mempunyai kecakapan/keahlian (*ahliyah*) untuk mewakilkan kepada orang atau menerima perwakilan dari orang. Kecakapan oleh para pihak terwujud apabila seseorang memiliki status merdeka, balig, dan pandai.

2. Modal *musyarakah* diketahui.
3. Modal *musyarakah* ada pada saat transaksi terjadi.
4. Besarnya keuntungan untuk para pihak diketahui dengan jumlah yang berlaku. Contohnya setengah atau dalam bentuk persen.

Macam-macam *syirkah* (*musyarakah*) sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *syirkah amlak* (kepemilikan) dan *syirkah 'uqud/akad* (kontrak). *Syirkah amlak* adalah kerjasama yang terjadi tidak melalui sebuah akad melainkan melalui warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang membuat hak kepemilikan atas harta tersebut. Adapun untuk *syirkah 'uqud* adalah kegiatan kerjasama yang terjadi karena sebuah kesepakatan antar pihak memberi modal dan sepakat berbagi keuntungan serta kerugiannya.

Berdasarkan peran dan tanggung jawab sebagai mitra yang berbeda maka *musyarakah* akad di bagi menjadi 4 macam (Yaya, Martawireja, & Abdurahim, 2016, hal. 136-137) yaitu.

1. *Musyarakah inan* atau bisa juga disebut *syirkah al-amwal*. *Syirkah* ini adalah sebuah kerjasama yang terjadi oleh para pihak dengan saling memberikan modal berupa harta dan membagi keuntungan sesuai porsi yang telah disepakati oleh para pihak.
2. *Musyarakah abdan* (*syirkah* usaha) adalah kerjasama yang terjadi oleh para pihak atau lebih menggunakan modal pekerjaan atau tubuh mereka untuk melaksanakan usaha mereka.
3. *Musyarakah wujuh*, adalah kerjasama tanpa modal hanya menggunakan nama baik mereka dan kepercayaan pedagang untuk dijual kembali. Setelah dijual dan mendapatkan untung mereka membagi keuntungan mereka dan juga pedagang.
4. *Musyarakah mufawadhah*, adalah kerjasama terjadi karena para pihak yang terlibat memiliki kesamaan dalam hal modal, aktifitas, dan utang piutang. Apabila salah satu syarat tidak terpenuhi maka kerjasama ini berganti menjadi *syirkah inan*.

Sedangkan berdasarkan perubahan porsi dana para mitra *nusyarakah* terdiri dari dua macam, yaitu.

1. *Musyarakah* permanen, yaitu kerjasama yang modal para mitranya sama besar secara terus menerus sampai akhir akad.
2. *Musyarakah* menurun atau lebih dikenal dengan *musyarakah mutanaqisha*, yaitu kerjasama yang modal dari salah satu mitranya akan dialihkan kepada mitra yang lain, sehingga bagian pemberian modalnya akan menurun dan pada akhir akad mitra yang lain akan sah menjadi pemilik penuh usaha tersebut.

Setiap transaksi dari *musyarakah* mengacu pada fatwa DSN Nomor 08/DSN-MUI/IV/2000. Segala hal terkait ijab kabul, para pihak yang bertransaksi, objek akad, dan biaya operasional yang disengketakan sudah ada di dalamnya.

*Sharing economy* dalam kegiatan muamalah sendiri harus ada kesepakatan antara belah pihak yang dibuktikan dengan adanya akad atau kontrak. Akad berasal dari bahasa arab yaitu *al-aqdu* memiliki bentuk jamak *al-uquud* yang memiliki arti ikatan atau simpul mati (Mardani, 2013, hal. 71). Dapat disimpulkan bahwa akad harus perjanjian yang dilakukan kedua belah pihak untuk saling mengikat diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal khusus. Hal ini diwujudkan dengan adanya ijab dan kabul, sesuai dengan syariah, dan adanya akibat hukum pada objek yang diikat. Menurut Mardi akad atau perjanjian atau transaksi bisa diartikan sebagai kemitraan yang terbingkai oleh nilai-nilai syariah. Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, akad adalah kesepakatan yang di capai dalam suatu perjanjian untuk melakukan dan tidak melakukan sesuatu hukum tertentu.

Agar suatu akad tersebut bisa dilaksanakan maka suatu akad tersebut harus memenuhi rukun dan syarat sahnya akad tersebut. Rukun akad itu sendiri ada 4 pokok, diantaranya adalah (Ghazaly, Ihsan, & Shidiq, 2010, hal. 51).

1. *Aqid* adalah orang, kelompok, atau badan hukum yang menjadi subjek berakad.
2. *Ma'qud 'alaih*, adalah benda atau objek dari akad tersebut.

3. *Maudhu' al-'aqd* adalah tujuan atau maksud pokok dari terjadinya akad.
4. *Shigat al-'aqd* adalah terjadinya ijab dan kabul.

Sebuah kegiatan muamalah tentunya harus dibarengi dengan moral yang baik dan keadilan di dalamnya. Agar segala sesuatu yang hakekatnya memang benar tidak akan rusak hanya dengan keadilan yang tidak terjadi dan moral yang rusak. Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (Kartajaya & Syakir Sula, 2016, hal. 13) mengutip buku Muhammad Syafi'i yang berjudul *Bank Syariah; Suatu Pengenalan Umum*, menjelaskan bahwa makna dari keadilan dalam berbisnis ada hubungannya dengan moral bisnis, dalam moral bisnis terdapat konsep keadilan dalam Islam yang berdampak pada keadilan sosial dan keadilan ekonomi.

Menurut Syafi'i Antonio masih dalam buku *Syariah Marketing* (Kartajaya & Syakir Sula, 2016, hal. 14), keadilan ekonomi itu adalah setiap individu mendapatkan haknya sesuai dengan apa yang mereka kontribusikan dalam bisnis tersebut kepada masyarakat. Setiap individu tadi pun harus terhindari dari perlakuan eksploitasi yang dilakukan oleh individu lain.

Dalam hal *sharing economy* juga melibatkan sewa menyewa seperti yang dikemukakan oleh Turino. Dalam buku tersebut menjelaskan, bahwa perusahaan yang tidak memiliki sumber daya sebagai modal dapat menyewa kepada pihak lain yang memiliki sumber daya yang tidak digunakan (*middle asset*). Dalam islam hal sewa menyewa dinamakan sebagai *ijarah*.

Dengan adanya akad *musyarakah* dan *Ijarah* relasi yang terjadi menjadi *hybrid contract* (Hasan, 2015, hal. 6). *Hybrid contract* (multiakad) dalam bahasa Indonesia berarti akad yang berganda atau akad yang banyak, akad tersebut lebih dari satu. Dapat di artikan pula *hybrid contract* adalah kesepakatan dua pihak untuk melaksanakan suatu muamalah yang meliputi dua akad atau lebih, akibat hukum yang timbul juga berasal dari dua akad tersebut, serta hak dan kewajiban pun timbul dari dua akad tersebut. Hal tersebut dianggap menjadi satu kesatuan yang utuh dimana kedudukannya sama dengan akibat-akibat hukum dari satu akad.

## E. Penelitian Terdahulu

Untuk bahan referensi pembandingan dengan penelitian terdahulu maka saya memaparkan penelitian yang sudah saya temukan. Beberapa penelitian yang sudah dilaksanakan adalah sebagai berikut.

*Pertama*, Aprima Syafrino, 2017, Institut Pertanian Bogor yang berjudul “Efisiensi dan Dampak Ojek Online terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan” (Syafrino, 2017, hal. 54). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dibandingkan dengan angkutan konvensional, ojol lebih efisien dalam hal waktu perjalanan dan biaya transportasi yang lebih aman. Keberadaan transportasi network companies (TNC) ojek online mampu membuka kesempatan kerja di sektor transportasi tersebut, namun dampaknya terhadap pengurangan pengangguran. Secara umum ojek online juga berhasil meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengemudi ojek online.

*Kedua*, Alice Coupez, 2017, “Sharing Economy: a drive to succes The case of Go-Jek in Jakarta, Indonesia” (Coupez, 2017, hal. 68). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen penting dan inspiratif dalam kesuksesan Go-Jek adalah persepsi baru tentang berbagi ekonomi yang ditawarkannya. Go-Jek memosisikan dirinya sebagai mitra dan solusi pengembangan negaranya. Dengan meningkatkan pendapatan, pendidikan, inklusi keuangan, dan literasi digital untuk segmen populasi yang kurang disukai, dan dengan menyediakan semua solusi mobilitas efisien yang terjangkau di Indonesia, akses ke layanan, 69 solusi pembayaran tanpa uang tunai, dan dukungan untuk kewirausahaan dalam industri jasa, Go-Jek telah menjadi juara nasional dan memperhatikan dukungan presiden dan rakyat.

*Ketiga*, Anggalih Bayu Muh. Kamin dan M. Rusmul Khandiq, 2019, “Gojek dan Kerja Digital: Kerentanan dan Ilusi Kesejahteraan yang Dialami Oleh Mitra Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital” (Kamim & Khandiq, 2019, hal. 70). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua poin permasalahan, yang pertama kerja digital melalui aplikasi menunjukkan adanya gamifikasi yang memosisikan pengemudi menjadi rentan. Dimana

mereka harus memposisikan diri dengan bergantung pada penilaian peringkat atau komplain yang diberikan melalui aplikasi. Hal ini menyebabkan pengemudi terpaksa mematuhi segala yang perusahaan tetapkan. Yang kedua, kesejahteraan yang dijanjikan oleh perusahaan kenyataannya menyebabkan pengemudi terjebak pada jam kerja yang tidak wajar, tidak adanya jaminan sosial, dan kesenjangan penguasaan informasi. Ilusi kesejahteraan muncul disebabkan pengemudi tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan sehingga terpaksa harus mengikuti arahan dari *platform*.

Keempat, Pande Putu Tara Anggita Indyaswari dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, 2015, “Analisis Mengenai Hubungan Supir Go-Jek Dengan PT. Gojek Indonesia” (Indyaswari & Putra, 2015, hal. 4). Dalam jurnal ini menjelaskan bahwa berdasarkan pasal 15 UU No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, terdapat 3 unsur dalam hubungan pekerjaan, yaitu ada Pekerjaan, Upah, dan Perintah. Dalam gojek sendiri upah pengemudi diterima dari perusahaan aplikasi. Sedangkan pengemudi menerima perintah dan pekerjaan datang dari konsumen. Sehingga, dalam hal ini gojek dan perusahaan gojek tidak terjadi hubungan kerja, melainkan hubungan kemitraan kedua belah pihak. Dimana pengemudi sebagai mitra tidak berhak menuntut hak-hak yang biasa diperoleh oleh pekerja pada biasanya yang menerima upah lembur, jaminan kesehatan, dan pesangon setiap berakhirnya kontrak kerja mereka berakhir.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Aprima Syafrino Institut Pertanian Bogor tahun 2017	“Efisiensi dan Dampak Ojek Online terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan”	Sama-sama meneliti tentang dampak ojek online.	Pada penelitian Aprima terhadap kesempatan kerja, sedangkan penelitian ini terhadap relasi ekonominya.
2.	Alice Coupez Louvain School of Management: Universite catholique de Louvain, 2017	“Sharing Economy: a drive to succes The case of Go-Jek in Jakarta, Indonesia”	Meneliti <i>sharing economy</i> .	Suksesnya <i>sharing economy</i> , sedangkan penelitian ini meneliti ketimpangan <i>sharing economy</i> .
3.	Anggalih Bayu Muh. Kamin dan M. Rasmul Khandiq, Jurnal Studi Pemuda Vol. 8 No. 1 2019	“Gojek dan Kerja Digital: Kerentanan dan Ilusi Kesejahteraan yang Dialami Oleh Mitra Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital”	Platform digital media ojek online.	Penelitian Anggalih dilakukan secara kepustakaan dan global, sedangkan penelitian ini dilakukan di Purwokerto.
4.	Pande Putu Tara Anggita Indyaswari dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, 2015.	“Analisis Mengenai Hubungan Supir Go-Jek Dengan PT. Gojek Indonesia”	Mengulas tentang hubungan pengemudi dan perusahaan aplikasi.	Jurnal ini menggunakan variabel UU No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, sedangkan penelitian ini menggunakan subjek <i>islamic sharing economy</i> .

## F. Landasan Teologis

Melakukan *musyarakah* atau kerjasama pada dasarnya telah memiliki aturan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Dewan Syariah Nasional mencantumkan beberapa ayat dan hadis yang digunakan sebagai dasar hubungan *musyarakah* antara lain.

### 1. QS. Al-Maidah ayat 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ...

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu”.

Dalam ayat tersebut, Allah memerintahkan umat-Nya untuk menyempurnakan perjanjian (akad) dengan Iman dan ketaatan sesuai syariat. Ayat tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk masyarakat memenuhi akad mereka yang tidak bertentangan dengan Al-Qu'an dan sunnah Rasul-Nya.

### 2. QS. Shaad ayat 24

...وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخَالِطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ...

Artinya : “...dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang bersyariat itu sebagian dari mereka berbuat dzalim kepada sebagian lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh, dan amat sedikitlah mereka ini...”

Dalam ayat ini Allah memerintahkan umat-Nya ketika mereka berserikat agar selalu beriman dan sesuai dengan syariat. Sehingga mereka ketika berserikat tidak melakukan kedzaliman kepada orang lain yang menyebabkan orang lain menderita. Dan mereka yang berserikat tidak boleh menyalahgunakan kekuasaan mereka atas harta orang lain untuk kepentingan diri sendiri.

### 3. QS. Al-Nahl ayat 90

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (90)

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Allah memerintahkan umat-Nya untuk berlaku adil kepada siapapun tanpa memandang status orang tersebut. Mereka yang melakukan kesepakatan harus dapat berlaku adil salam lisan maupun tindakan. Sedangkan keadilan dalam berbisnis pasti erat hubungannya dengan moral bisnis dari pihak yang melakukan hal tersebut (Kartajaya & Syakir Sula, 2016, hal. 13). Maka Allah SWT pun melarang masyarakat untuk saling berbuat keji, kemungkar, dan permusuhan.

4. Hadis riwayat Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذي عن عمرو بن عوف).

Artinya : perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram, dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.

Setiap orang yang melakukan kesepakatan, maka akan terikat oleh setiap poin-poin yang telah disepakati dengan syarat suatu kesepakatan tersebut sesuai dengan syariat seperti pada hadis di atas tidak merubah hukum atas yang telah dihukumi.

5. Hadis riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَينِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا

صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا.

“Allah SWT berfirman : ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama alah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.”

Disetiap kesepakatan yang umat Islam ikrarkan Allah hadir sebagai pihak yang melindungi mereka dari sesuatu hal yang tidak baik. Namun ketika salah satu pihak melakukan pengkhianatan dengan cara melakukan dzalim kepada pihak yang lain maka Allah

keluar dari para pihak atau tidak melindungi mereka lagi. Hadis ini adalah dasar hukum sunnah dalam melakukan *musyarakah*.

#### 6. Kaidah Fiqh

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Seperti kaidah fiqh ini, *musyarakah* merupakan kegiatan ekonomi yang tidak memiliki dalil mengharamkannya. Maka, kegiatan *musyarakah* adalah baik dan boleh dilakukan oleh umat Islam asal sesuai dengan syariat.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah yang digunakan oleh seorang peneliti untuk memecahkan suatu permasalahan secara rasional, empiris, dan sistematis. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut.

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai maksud untuk memahami fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian seperti tingkah laku, persepsi, tindakan yang diambil, motivasi secara keseluruhan dan dengan mendeskripsikannya dalam kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan metode yang alamiah pula (Moleong, 2016, hal. 6).

Dalam buku (Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, 2019, hal. 11), juga menuliskan penelitian kualitatif yang dijelaskan oleh Bogdan dan Taylor bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki prosedur menghasilkan data deskriptif berupa lisan dan tulisan serta perilaku sesuatu yang diamati. Sesuatu yang diamati tersebut dapat berupa sesuatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi dalam suatu tempat tertentu yang dikaji dari sudut pandang utuh, holistik, dan komprehensif.

#### **B. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di kota Purwokerto

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah seorang atau sesuatu yang dijadikan responden yang padanya peneliti akan memperoleh sebuah informasi atau data yang dibutuhkan untuk sebuah latar penelitian. (Fitria & Luthfiah, 2017, hal. 152). Untuk menentukan subjek dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *sampling purposive*. Teknik ini menentukan subjek

dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang kriteria tersebut sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini (Sujarweni, 2019, hal. 89).

Dalam teknik ini, subjek yang dipilih oleh peneliti adalah, *driver* Anggota dari paguyuban Gojek maupun Grab, *driver* yang tidak mengikuti paguyuban, *driver* yang memiliki akun asli, dan *driver* yang memiliki dua akun. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada subjek peneliti dengan kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2. Objek Penelitian

Sebuah persoalan yang diteliti oleh peneliti untuk mendapatkan data yang lebih jelas dan terarah (Fitria & Luthfiyah, 2017, hal. 156). Dan adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah Relasi Ojek Online, Perspektif *Sharing Economy* Islam di Purwokerto.

## D. Sumber Data

Sumber-sumber data dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

### 1. Sumber primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti. Data primer didapat dari responden individu, kelompok yang menjadi fokus penelitian, dan internet. Internet bisa menjadi data primer apabila kuesioner disebarkan melalui internet. Sedangkan dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara mendalam kepada *driver* anggota dari paguyuban Gojek maupun Grab, *driver* yang tidak mengikuti paguyuban, *driver* yang memiliki akun asli, dan *driver* yang memiliki dua akun., serta pihak-pihak yang turut menjalankan komunitas tersebut baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Penelitian dilakukan di area Purwokerto. Serta mengumpulkan dokumentasi berupa SK, atau rekapan-rekapan kegiatan yang relevan dengan penelitian ini untuk kemudian dapat dianalisis secara mendalam.

### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang peneliti peroleh dari pihak ketiga, yaitu sebuah informasi yang telah mempunyai sumber. Sumber data sekunder adalah informasi yang dipublikasikan oleh seseorang dalam jurnal, skripsi, atau catatan dokumentasi perusahaan, analisis industri media, dan lainnya. Data sekunder pada penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang ditulis dalam sebuah jurnal tentang Gojek dan Grab serta website resmi Gojek dan Grab.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara mendalam (*in dept interview*) adalah teknik pengumpulan data secara langsung berbincang dengan responden melalui tanya jawab, dimana pewawancara dan responden sudah terlibat dalam kehidupan yang relatif cukup lama sehingga menghasilkan simpulan dari suatu topik tertentu. Wawancara ini dilakukan dengan *driver* yang sesuai dengan kriteria tujuan penelitian. Dalam kendala situasi ini, hal ini dilakukan melalui wawancara virtual.
2. Dokumentasi adalah catatan tentang suatu peristiwa, dan sudah berlalu. Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data tentang Gojek dan Grab yang tidak di *publish* oleh komunitas namun disimpan dalam bentuk catatan atau sebagainya. Cara pengambilannya adalah dengan cara meminta secara langsung pada pengurus komunitas yang terkait Gojek dan Grab.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan mencari serta menyusun data yang telah didapat dari proses wawancara secara mendalam dan dokumentasi dengan cara mengelompokkan, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang kesimpulan itu dapat dipahami banyak orang tidak hanya dapat dipahami diri sendiri (Sugiyono, 2017, hal. 335). Teknik analisis data dalam penilitan ini menggunakan model dari Miles dan Hiberman dimana analisis data dilakukan selama proses pengumpulan data

dan setelah data yang diperlukan terkumpul. Dengan tiga tahapan teknik analisis data penelitian kualitatif sebagai berikut :

1. Reduksi data

Teknik pertama yaitu dengan mereduksi data, yaitu proses merangkum, memilih yang menjadi pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting serta membuang yang hal-hal yang tidak perlu dari semua catatan lapangan yang diperoleh. Kemudian hasil tersebut di pilih-pilih sesuai dengan tema, konsep, dan kategori yang kemudian diberikan gambaran yang lebih merujuk tentang penelitian agar peneliti lebih mudah untuk mencari data kembali apabila hasil yang sebelumnya dikira belum cukup matang untuk di lanjutkan pada teknik selanjutnya.

2. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Pada penelitian kualitatif data akan disajikan dalam bentuk uraian dengan kata-kata, bagan, hubungan antar kategori, diagram dan sebagainya. Hal ini dilakukan agar hasil yang diperoleh dapat dipahami lebih jelas oleh pembaca. Pada penelitian ini penyajian data berupa hasil wawancara dan sekilas bukti dokumentasi yang ada dilapangan.

Penyajian data juga mencakup hasil analisis komparatif kesesuaian pelaksanaan Gojek dan Grab dengan teori tentang *sharing economy* konvensional dan *sharing economy* islam (*islamic sharing economy*).

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Dengan data yang telah direduksi dan disajikan kemudian akan ditarik kesimpulan sementara. Kesimpulan akan berubah apabila ditemukan hasil-hasil yang lain dan tidak mendukung data awal. Namun apabila dari kesimpulan awal telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan tersebut terpercay (Sugiyono, 2017, hal. 345). Kesimpulan yang didapat pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin jelas dan kuat.

Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul kemudian peneliti melakukan analisa secara kualitatif karena data peneliti berupa uraian-uraian kalimat yang diperoleh dari narasumber, yang kemudian disusun menjadi kalimat yang mudah dipahami banyak orang tidak hanya dapat dipahami oleh peneliti saja. Peneliti menggunakan pendapat Wiratna (Sujarweni, 2019, hal. 34) untuk memverifikasi data yang telah disimpulkan peneliti dengan mendiskusikan dengan dosen pembimbing dan teman sejawat.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Ojek *Online***

##### **1. Gojek**

Gojek adalah fenomena kekinian dalam sebuah bisnis teknologi yang berasal dari Indonesia dan memiliki layanan angkutan melalui jasa ojek. Gojek berdiri di Indonesia sejak tahun 2010. *Driver* Gojek menjadi salah satu responden yang peneliti pilih karena Gojek merupakan ojek *online* yang pertama kali hadir di Purwokerto pada tanggal 5 Juli 2017. Kantor operasionalnya berada di Jl. Situmpur No. 80, Karangbawang, Purwokerto Kulon, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas. Visi Misi yang dimiliki oleh Gojek di berbagai daerah pasti sama dengan Visi Misi Gojek yang berada di pusat, yaitu Jakarta. Visi misi Gojek Purwokerto adalah sebagai berikut.

Visi Gojek adalah “membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya”.

Sedangkan Misi Gojek adalah.

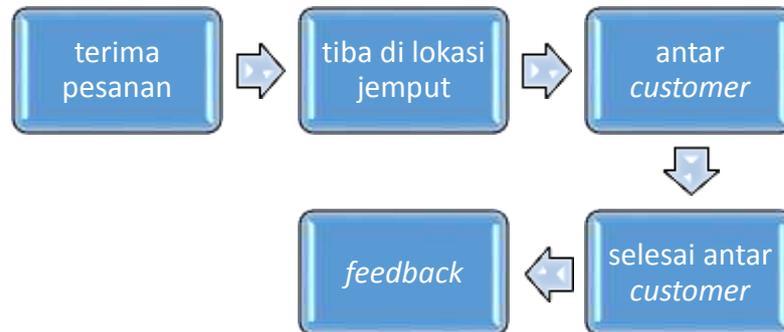
- a. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
- b. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- c. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- d. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada *customer*.

Gojek di Purwokerto memiliki perbedaan layanan dengan Gojek di kota-kota besar maupun kabupaten-kabupaten kecil yang telah dihadiri Gojek. Hal ini disebabkan kebutuhan masyarakat kota Purwokerto yang masih relatif sedikit dibanding kota-kota besar seperti JABODETABEK dan relatif lebih banyak dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten kecil lainnya seperti Kebumen.

Layanan yang ditawarkan oleh Gojek Purwokerto antara lain, Go Ride, Go Send, Go Shop, Go Food dan Go Pay. Go Ride adalah layanan jemput dan antar *customer* ke tempat yang dipesan oleh *customer*. Dengan memesan melalui *smartphone* yang dimiliki oleh *customer*, dan pesanan tersebut akan langsung masuk pada aplikasi *driver* yang telah dipilih oleh *server*. Setelah *driver* menerima notifikasi mendapatkan pesanan, *driver* dapat menerima dan menolak pesanan tersebut sesuai kehendaknya. Namun jika *driver* menolak akan menurunkan performa *driver*, hal ini dilakukan agar *customer* tidak selalu ditolak oleh banyak *driver* dan menurunkan nama baik perusahaan.

Setelah *driver* menerima pesan yang masuk, selanjutnya *driver* akan menekan tombol tiba di lokasi jemput. Hal ini akan mengubah status *driver* di *smartphone customer*, bahwa *driver* sedang dalam perjalanan menjemput disertai dengan segala keterangan tentang *driver* (foto, nama, plat nomor dan jarak kendaraan). Ketika tiba di lokasi selanjutnya *driver* akan menggeser ikon antar *customer*, dalam status *smartphone customer* akan berstatus sedang diantar. Setelah sampai di tempat tujuan *driver* akan menggeser selesai antar *customer*, dan pesanan *customer* sudah selesai. Di sini *driver* akan dengan sopan meminta dan mengingatkan *customer*nya untuk memberikan *rating* 5 bintang dengan komentar yang baik. *Driver* pun akan memberikan *feedback* yang sama kepada *customer*.

**Gambar 4.1**  
**Skema pesanan Go Ride**



*Sumber:*Reduksi Data Wawancara tanggal 5 April 2020

Go Send *someday delivery* adalah layanan antar barang dan dokumen ke tempat yang dipesan oleh *customer* dengan batas waktu satu hari setelah *booking* dibuat. Biasanya layanan ini banyak digunakan oleh Mitra UMKM Gojek. Namun walaupun bukan Mitra UMKM tetap bisa menggunakan layanan ini untuk mengantarkan barang. Dalam alur layanan Go Send sama persis dengan pelayanan untuk layanan Go Ride, hanya saja pesannya berupa barang yang akan dikirim. *Driver* dapat juga dikatakan sebagai kurir pengirim barang.

**Gambar 4.2**  
**Skema Go Send**

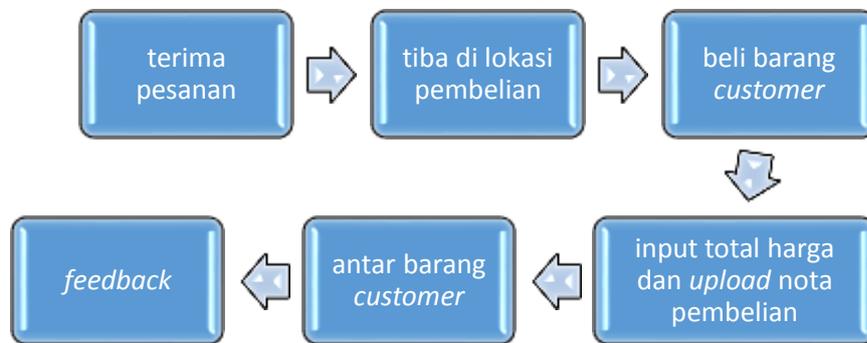


*Sumber:*Reduksi Data Wawancara tanggal 5 April 2020

Go Shop adalah layanan belanja kebutuhan dapur, kosmetik dan barang elektronik pesanan *customer*. Jadi *customer* memesan beberapa belanjaan yang harus dibelinya pada sebuah toko atau *minimarket*. Dalam skema pelayanan, *customer* memesan dan *driver* membelikan. Harga pada

layanan ini di input oleh *driver* setelah membeli pesannya terlebih dahulu dan *driver* mengupload struk pembelian atas barang pesanan *customer*.

**Gambar 4.3**  
**Skema Go Shop**



*Sumber:*Reduksi Data Wawancara tanggal 5 April 2020

Go Food adalah layanan pesan antar makanan pada *merchant* yang telah bekerja sama dengan Gojek. *Driver* akan memesan sesuai dengan pesanan *customer* yang masuk, namun *customer* dapat melakukan pesanan lain lewat note yang tertera di laman pemesanan Go Food. Terkadang yang dikeluhkan *driver* seperti dalam penuturan Arif, adalah bahwa *customer* selalu menambahkan note bahwa ingin dibelikan tambahan makanan di tempat lain pada satu pesanan. Sehingga membuat *driver* memperoleh tarif antar yang sama untuk lebih dari satu pesanan.

**Gambar 4.4**  
**Skema Go Food**



*Sumber:*Reduksi Data Wawancara tanggal 5 April 2020

Go Pay adalah layanan uang virtual. Uang virtual ini dapat digunakan untuk membayar transaksi pada layanan Gojek lainnya, serta juga dapat digunakan untuk transaksi diluar layanan Gojek. Dalam layanan ini *customer* dapat melakukan *top up* Go Pay kepada *driver*. Hal ini hanya dapat dilakukan ketika *customer* sedang memesan layanan lain dari Gojek. Karena terdapat sejumlah poin yang masuk, maka tidak mengganggu kerja *driver*. Biasanya para *driver* akan menawarkannya saat sedang mengantar *customer* menggunakan layanan Go Ride atau selesai pesanan untuk layanan selain Go Ride. Melakukan *top up* Go Pay via *driver* selain praktis, juga dapat membantu menambah poin untuk *driver*, agar dapat memenuhi jumlah poin targetnya. Untuk layanan satu ini tidak memiliki skema seperti layanan lain di atas.

Tiap-tiap layanan memiliki poin sebagai target *driver* dalam mendapatkan bonus. Poin-poin tersebut tersaji dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.1**  
**Poin Gojek**

No.	Layanan	Poin	Poin tambahan
1.	Go Ride	1	Tidak ada
2.	Go Send	1	Tidak ada
3.	Go Shop	1.5	Tidak ada
4.	Go Food	2	+1 min Rp. 200.000
5.	Top up Go Pay <i>Customer</i>	0.5	0.5 untuk pengguna baru

Sumber: Aplikasi *driver* responden pada tanggal 4 April 2020

Sedangkan untuk sistem penghasilan yang diperoleh *driver* yaitu dengan menerima pesanan dan menyelesaikan pesanan sesuai aplikasi. Banyak sedikitnya penghasilan yang diperoleh oleh *driver* juga ditentukan oleh sedikit banyaknya *customer* yang menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pembagian prosentase bagi hasil yang telah ditentukan oleh perusahaan Gojek adalah sebesar 80% untuk *driver* dan 20% untuk

perusahaan. Berikut ini disajikan tabel pembagian tarif dalam zona yang telah ditetapkan.

**Tabel 4.2**  
**Pembagian Zona Harga**

No.	Biaya Jasa	Zona I	Zona II	Zona III
		Sumatra, Jawa tanpa JABODETABEK, dan Bali	JABODETABEK	Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua
1.	Biaya atas minimal	Rp. 1.850,-	Rp. 2000,-	Rp. 2.625,-
2.	Biaya batas atas	Rp. 2.300,-	Rp. 2.500,-	Rp. 3.250,-
3.	Biaya jasa minimal	Rp. 7.000,- s.d Rp. 10.000,-	Rp. 8.000,- s.d Rp. 10.000,-	Rp. 7.000,- s.d Rp. 10.000,-
*Biaya jasa minimal merupakan biaya jasa yang dibayarkan oleh Penumpang untuk jarak tempuh paling jauh 4 (empat) kilometer.				

Sumber: Permenhub/PM No. 12 Tahun 2019 diakses pada tanggal 4 April 2020

Berdasarkan tabel di atas, Kota Purwokerto termasuk zona I dalam peta sebaran zona. Dalam hal ini, berarti tarif per 1 KM pada Gojek sebesar Rp. 1.850,- untuk tarif batas bawah dan Rp. 2.300,- untuk tarif batas atas. Dengan biaya jasa minimal untuk Daerah Purwokerto sebesar Rp. 7.000,- sampai Rp. 10.000,- dan Gojek menetapkan biaya jasa minimalnya sebesar Rp. 8.000,-

Gambaran skema pendapatan *driver ojek online* dapat dicontohkan sebagai berikut. Contoh dalam hal ini seorang *driver* bernama Pak Yanuar, mendapatkan pesanan untuk layanan Go Ride dengan rute dari Baturraden ke IAIN Purwokerto dengan jarak tempuh 8,8 km. Karena Gojek telah

menetapkan biaya jasa minimal sebesar Rp. 8.000,- untuk 4 KM pertama, maka pendapatan yang diperoleh oleh Pak Yanuar adalah sebagai berikut.

4 kilo pertama = Rp. 8.000,- , kemudian untuk jarak selanjutnya dikenakan tarif batas atas sebesar Rp. 2.300,- per KM. Maka  $8.8-4 = 4.8 \times$  Rp. 2.300,- = Rp. 11.040,-. Penumpang Pak Yanuar akan membayar sebesar Rp. 19.040,-. Saldo pak Yanuar akan terpotong sebesar 20% untuk perusahaan yaitu sebesar Rp. 3.808,-. Maka, uang bersih yang diterima oleh Pak Yanuar sebesar Rp. 15.232,-.

Selain mendapatkan pendapatan dari setiap menerima pesan layanan, *driver* juga mendapatkan bonus dari setiap target poin yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Setiap *driver* yang mendapatkan poin sampai jumlah tertentu maka *driver* akan mendapatkan bonus dalam jumlah tertentu pula. Dalam tabel berikut ini disajikan target poin yang harus *driver* peroleh.

**Tabel 4.3**  
**Bonus Per Poin**

No.	Pencapaian Poin	Bonus	Catatan
1.	14 Poin	Rp. 15.000,-	Dalam 1 hari yang sama menyelesaikan pesanan (total 20 poin), maksimal bonus yang akan diterima adalah Rp. 40.000,- per hari
2.	16 Poin	Rp. 25.000,-	
3.	20 Poin	Rp. 40.000,-	

Sumber: Aplikasi *driver* responden pada tanggal 4 April 2020

Setiap bonus yang diperoleh *driver* akan cair jika *driver* menyelesaikan pesanan dalam performa minimal 67% dan penilaian *customer* atau *rating* sebesar 4.2 dari total 5.0. Hal ini diberlakukan agar *driver* tidak semena-mena pada setiap *pesanan* yang masuk dan kepada *customer* yang sedang menggunakan jasanya. Serta menjaga dan meningkatkan nama baik perusahaan Gojek dalam bermitra.

Performa dan *rating* dapat dijaga dengan menjadi *driver* yang profesional dengan tidak melanggar tata tertib Gojek yang terdeteksi oleh sistem kantor dan pelanggaran yang dilaporkan oleh *customer*. Tata tertib Gojek yang terdeteksi sistem disajikan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 4.4**  
**Pelanggaran Terdeteksi Sistem**

No.	Tata Pelanggaran yang terdeteksi dari sistem	Sanksi
1.	Melakukan pembatalan pesanan	Rendah
2.	Alasan pembatalan pesanan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya	Rendah
3.	<i>Driver</i> terdeteksi menjalankan pesanan secara <i>offline</i> di bandara	Sedang
4.	Menyelesaikan pesanan yang tidak wajar*	Maksimum Tinggi
5.	Melakukan kecurangan ketika membayar pesanan <i>Go Food</i> atau <i>Go Shop</i> *	Maksimum Tinggi
6.	Menyelesaikan pesanan yang tidak dijalankan*	Maksimum Sangat Tinggi
7.	<i>Driver</i> terindikasi melakukan kecurangan manipulasi sistem <i>pesanan</i> *	Maksimum Sangat Tinggi
8.	Melakukan kecurangan dengan membuat <i>pesanan</i> palsu/fiktif*	Maksimum Sangat Tinggi

*Sumber:* Aplikasi *driver* responden pada tanggal 4 April 2020

\*Khusus maksimum tinggi dan maksimum sangat tinggi, tingkatan akan diberikan berdasarkan tingkat keparahan yang diakibatkan dari pelanggaran yang dilakukan oleh *driver*.

Tidak hanya pelanggaran yang terdeteksi oleh sistem yang harus dihindari oleh seorang *driver*, namun juga pelanggaran yang dapat dilaporkan oleh *customer* yang sedang atau telah menggunakan jasa *driver*, namun bisa juga terjadi komentar atas *rating* yang diberikan mencerminkan kesalahan atau kecerobohan *driver*. Tindakan yang dapat dilaporkan oleh *customer* disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.5**  
**Pelanggaran yang dilaporkan *Customer***

No.	Jenis Pelanggaran yang dilaporkan <i>customer</i>	Sanksi
1.	Berbicara Kasar atau tidak sopan kepada <i>Customer</i>	Rendah
2.	Meminta <i>Customer</i> membatalkan pesanan tanpa alasan yang jelas	Rendah
3.	Terlambat menjemput <i>Customer</i> atau mengantar pesanan <i>Customer</i>	Rendah
4.	Tidak menggunakan atribut Gojek (helm dan jaket)	Rendah
5.	Tidak memberikan masker wajah dan penutup kepala kepada <i>Customer</i>	Rendah
6.	Hal-hal yang berhubungan dengan kendaraan/gear yang mengakibatkan ketidaknyamanan pada <i>Customer</i> ( <i>inconvenience</i> ). (contoh; helm bau, helm kotor)	Rendah
7.	Memaksa <i>Customer</i> untuk melakukan <i>top-up</i> Go Pay via <i>driver</i> yang membuat <i>Customer</i> tidak nyaman	Rendah
8.	Memilih rute perjalanan yang salah	Rendah
9.	Plat Kendaraan yang berbeda dengan plat yang tertera di aplikasi	Rendah
10.	Merusak Barang <i>Customer</i>	Sedang
11.	Menghilangkan barang <i>Customer</i>	Sedang
12.	Berkelahi atau berselisih paham dengan <i>driver</i> Gojek lain di depan <i>customer</i> atau di tempat umum	Sedang
13.	Menyebarkan atau membujuk orang lain untuk menyebarkan berita bohong atau plasu yang berakibat merusak nama baik perusahaan	Sedang
14.	Tidak kooperatif dalam pengambilan barang <i>Customer</i> yang tertinggal di kendaraan <i>driver</i> .	Sedang

No.	Jenis Pelanggaran yang dilaporkan <i>customer</i>	Sanksi
15.	Melakukan kegiatan untuk menghalangi atau menghambat <i>driver</i> lain untuk menjalankan pesanan	Sedang
16.	<i>Driver</i> memasukan harga barang yang tidak sesuai dengan struk pembelian	Sedang
17.	<i>Driver</i> membelikan barang yang tidak sesuai dengan pesanan <i>Customer</i> tanpa melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada <i>Customer</i>	Sedang
18.	Menggunakan akun yang didaftarkan atas nama orang lain	Sedang
19.	Menurunkan <i>Customer</i> sebelum ditempat tujuan	Tinggi
20.	Menyebarkan identitas dan foto <i>Customer</i>	Tinggi
21.	Menghubungi <i>Customer</i> di luar kebutuhan pesanan	Tinggi
22.	Mengantarkan <i>Customer</i> ke lokasi yang berbeda dengan yang tertera di aplikasi (bukan permintaan <i>customer</i> )	Tinggi
23.	Membawa anak/istri atau orang lain pada saat menjalankan pesanan	Tinggi
24.	Berkendara pada saat mengantuk, menggunakan <i>handphone</i> ketika berkendara, atau melanggar tata tertib lalu lintas	Tinggi
25.	Menggunakan kendaraan yang tidak layak dalam menjalankan pesanan	Tinggi
26.	Berkendara secara ugal-ugalan atau menimbulkan kecelakaan akibat lalai	Tinggi
27.	Mengancam (intimidasi) pegawai Gojek	Sangat Tinggi
28.	Melakukan tindakan kriminal	Sangat Tinggi
29.	Bertengkar hingga melakukan kontak fisik	Sangat Tinggi
30.	Melakukan pelecehan seksual	Sangat Tinggi

No.	Jenis Pelanggaran yang dilaporkan <i>customer</i>	Sanksi
31.	Meminta uang ke <i>Customer</i> dengan cara mengancam	Sangat Tinggi
32.	Mengemudi dalam pengaruh alcohol	Sangat Tinggi
33.	Membawa senjata atau obat-obatan terlarang saat sedang menjalankan pesanan	Sangat Tinggi
34.	Mengajak <i>driver</i> lain untuk melakukan kegiatan demonstrasi, <i>sweeping</i> , dan segala hal yang dapat merugikan perusahaan atau mengganggu ketertiban umum	Sangat Tinggi
35.	Menawarkan dan memberikan barang atau uang kepada pegawai Gojek yang bertujuan untuk menyalahi peraturan	Sangat Tinggi
36.	Menyelesaikan pesanan yang tidak dijalankan	Sangat Tinggi

Sumber: Aplikasi *driver* responden pada tanggal 4 April 2020

Setiap pelanggaran yang dilakukan oleh seorang *driver* memiliki tingkatan yang berbeda dan perlakuan yang berbeda. Berikut ini adalah tahapan sanksi yang diberikan atas pelanggaran yang dilakukan.

**Tabel 4.6**  
**Tahapan Sanksi**

Tahapan Sanksi						
		1x	2x	3x	4x	5x
Tingkat Pelanggaran	Rendah	peringatan	Suspend 30 menit	Bonus tertahan 3 hari	Suspend 7 hari	Putus mitra
	Sedang	Bonus tertahan 3 hari	Suspend 7 hari	Putus mitra		
	Tinggi	Suspend 7 hari	Putus mitra			
	Sangat Tinggi	Putus mitra				

Sumber: Aplikasi *driver* responden pada tanggal 4 April 2020

## 2. Grab

*Driver* Grab menjadi responden kedua setelah *driver* Gojek karena Grab menjadi salah satu ojek *online* yang menjadi pesaing besar Gojek di Purwokerto. Grab juga yang pertama hadir di Indonesia sebelum adanya Gojek. Namun di Purwokerto Grab menjadi pendatang yang berusaha menyaingi Gojek Purwokerto. Di Purwokerto Grab ada mulai tanggal 4 November 2017. Kantor operasionalnya berada di Jl. Kolonel Sugiono No. I/65, Tipar, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Timur Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Grab memiliki Visi untuk “Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan Misi

- a. Membuat *platform* transportasi yang paling aman.
- b. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik
- c. Meningkatkan taraf hidup mitra Grab

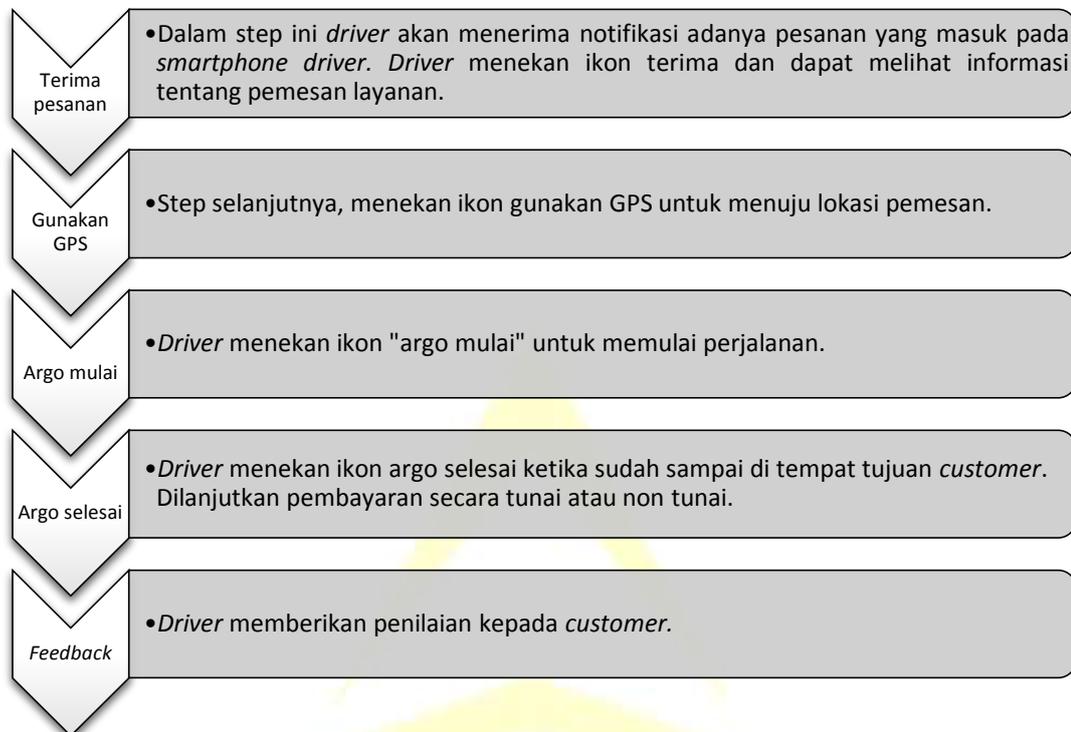
Sama halnya dengan Gojek, Grab juga menggunakan sistem bagi hasil. Yaitu sebesar 80% untuk *driver* dan 20% untuk perusahaan. Begitupun dengan halnya tarif. Grab juga mengikuti aturan pemerintah untuk batas bawah dan batas atas. Hal ini diberlakukan untuk perusahaan ojek *online* yang berada dibawah pemerintah. Grab mengambil biaya jasa minimal sebesar Rp. 8.000,-.

*Driver* Grab akan mengumpulkan berlian untuk mendapatkan bonus dari jumlah berlian yang telah ditentukan oleh perusahaan. Untuk berlian yang diperoleh oleh *driver* dalam Grab juga disesuaikan dengan jenis layanannya. Grab di Purwokerto melayani Grab Bike, Grab Food, Grab Express Instant-Bike, dan Ovo. Dalam layanan yang disediakan oleh Grab tidak jauh berbeda dengan layanan yang ada di Gojek. Hanya saja Grab memberikan nama yang berbeda untuk setiap layanannya, dan tidak menyediakan layanan belanja kebutuhan *customer*.

Grab Bike merupakan layanan yang memiliki fungsi sama dengan Go Ride, Grab Food sama dengan Go Food, Grab Express Instant-Bike sama

dengan Go Send, dan Ovo sama dengan Go Pay. Berikut ini dijelaskan langkah-langkah pelayanan Grab Bike dalam bentuk skema.

**Gambar 4.5**  
**Skema layanan Grab Bike**



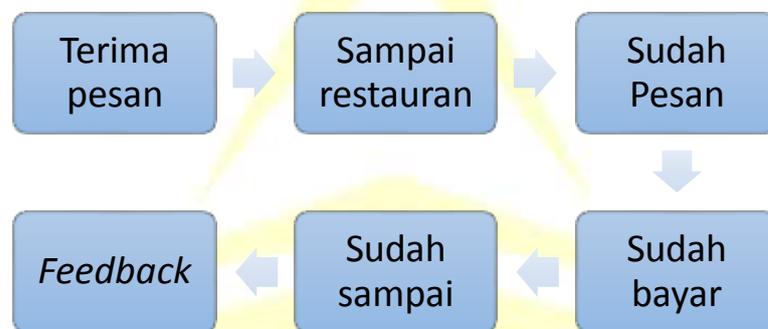
*Sumber* : Dokumentasi grab.com diakses pada tanggal 4 April 2020

Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan *driver* dalam melakukan layanan Grab Food.

- a. Terima pesanan. Dalam step ini *driver* akan menerima notifikasi adanya pesanan yang masuk pada *smartphone driver*. *Driver* menekan ikon terima dan dapat melihat informasi tentang pesanan layanan yang berisi pemesan dan alamatnya, jarak *driver* dengan restoran, dan rincian pesanan *customer*. Dan *driver* langsung menuju restoran yang dituju.
- b. Sampai restoran. Ketika *driver* sudah sampai restoran, *driver* menekan tombol ini dan langsung menghubungi pihak restoran untuk memesan pesanan *customer*.
- c. Sudah pesan. Dilakukan ketika *driver* sudah memesan makanan pada pihak restoran maka *driver* akan menekan ikon sudah pesan.

- d. Saya sudah bayar. Menekan ikon ini dilakukan ketika pesanan sudah dikonfirmasi dan dibayar oleh *driver*. Kemudian aplikasi akan meminta untuk mengupload nota pembelian pesanan tersebut. Ketika ada perbedaan harga maka diedit terlebih dahulu untuk kemudian diantar ke tempat tujuan.
- e. Saya sudah sampai. Ditekan ikon tersebut ketika *driver* sudah sampai tempat pemesan.
- f. *Feedback*. Setelah pesanan selesai maka *driver* akan selalu mengingatkan dengan sopan kepada *customer* tentang pemberian *rating* 5 bintang dan komentar yang baik, serta *driver* akan memberikan penilaian juga kepada *customer*.

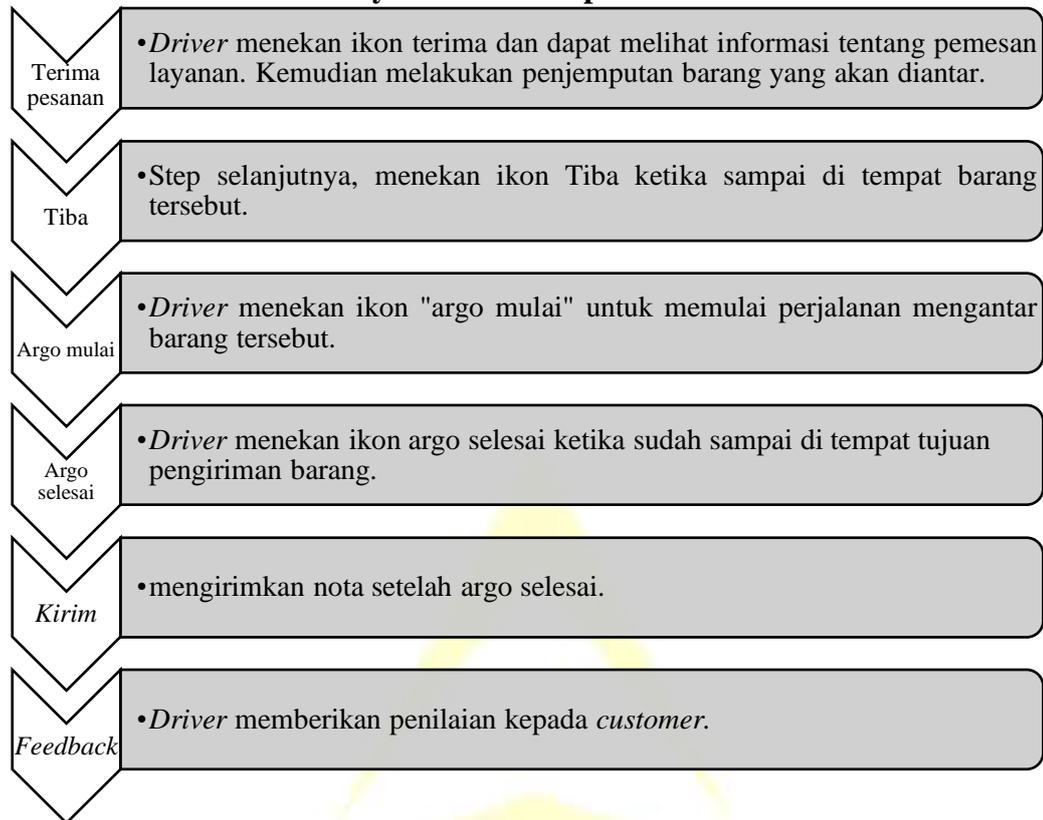
**Gambar 4.6**  
**Skema Grab Food**



Sumber : Reduksi data pada tanggal 4 April 2020

Pada layanan lain yaitu layanan Grab Express Instant-Bike, *driver* akan mengantarkan berupa barang *customer* ke tempat lain yang telah *customer* tetapkan. Ukuran paket yang diperbolehkan *driver* bawa adalah paket dengan ukuran kurang lebih 25cm x 32cm x 12cm dan berat maksimal 5 kg. Dalam skema berikut ini dijelaskan langkah-langkah layanan Grab Express Instan-Bike yang dilakukan *driver*.

**Gambar 4.7**  
**Skema layanan Grab Express Instan-Bike**



*Sumber* : Dokumentasi grab.com diakses pada tanggal 4 April 2020

Setiap layanan yang disediakan memiliki nilai berlian sendiri-sendiri. Hal ini bertujuan agar *driver* semangat dalam menjalankan kerjanya. Dan *driver* juga selalu mengejar target yang telah ditetapkan oleh perusahaan demi mendapatkan tambahan bonus dari perusahaan.

**Tabel 4.7**  
**Berlian Grab**

No.	Layanan	Jumlah Berlian
1.	Grab Bike	14 Berlian
2.	Grab Express Instan-Bike	11 Berlian
3.	Grab Food	31 Berlian
4.	Ovo, Top Up Melalui Mitra	7 Berlian

*Sumber*: Aplikasi *driver* responden diakses pada tanggal 4 April 2020

Sedangkan untuk bonus yang diperoleh setelah memenuhi target berlian adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.8**  
**Bonus Target Berlian**

No.	Target Berlian	Jumlah Bonus
1.	65 Berlian	Rp. 15.000,-
2.	90 Berlian	Rp. 30.000,-
3.	130 Berlian	Rp. 63.000,-
4.	170 Berlian	Rp. 100.000,-
5.	210 Berlian	Rp. 125.000,-

*Sumber:* Aplikasi *driver* responden diakses pada tanggal 4 April 2020

Bonus akan turun apabila *driver* menyelesaikan minimal 70.0% dari pesanan yang masuk, hal ini bertujuan agar *driver* tidak memilih milih pesanan yang masuk karena itu akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Driver* juga harus mendapatkan minimal penilaian dari *customer* di atas 4.50., agar *driver* tidak semena-mena terhadap *customer* dan selalu beretika baik dalam menyelesaikan pesannya.

Agar seorang *driver* mendapatkan penilaian yang baik di atas 4.50 maka seorang *driver* harus menaati kode etik dari perusahaan.

**Tabel 4.9**  
**Tata Tertib Grab**

No.	Pelanggaran	Sanksi
<b>Kebersihan <i>Driver</i> dan Kendaraan</b>		
1.	Tidak berpenampilan sopan/bersih dan tidak memakai atribut jaket dan helm	3 hari
2.	Kendaraan yang digunakan dalam keadaan kotor	Peringatan verbal
3.	Merokok di kendaraan ketika membawa <i>customer</i>	3 hari

Komitmen Mitra		
4.	Melakukan pembatalan terhadap pesanan yang menggunakan <i>coorporate booking</i>	3 hari
5.	Mengancam dan mengintimidasi pihak manapun	3 hari
6.	Menggunakan aplikasi ilegal ( <i>fake GPS</i> dan sejenisnya)	7 hari
7.	Menggunakan perangkat yang diubah tingkat keamanan dasarnya ( <i>Android rood</i> atau <i>iOS jailbreak</i> )	7 hari
8.	Menyebarkan data dan identitas <i>customer</i> melalui cara dan media manapun (contoh: <i>online</i> atau cetak)	Putus Mitra
9.	Mencurangi atau manipulasi siste Grab milik sendiri atau orang lain untuk alasan apapun termasuk untuk mendapatkan bonus dan intensif.	Putus Mitra*
Kualitas Layanan		
10.	Standar layanan di bawah rata-rata contoh <i>rating</i> , penerimaan dan pembatalan	3 hari
11.	Mitra tidak menghubungi atau tidak merespon atau tidak dapat dihubungi <i>customer</i>	3 hari
12.	Mitra meminta atau membatalkan pesanan tanpa konfirmasi kepada <i>customer</i> tanpa alasan yang jelas dan kuat	3 hari
13.	Mengambil pesanan atau <i>booking</i> yang akan membutuhkan waktu lebih dari 30 menit menuju tempat penjemputan atau akan terlambat lebih dari 30 menit tanpa pemberitahuan kepada <i>customer</i>	3 hari
14.	Menekan “mulai” pada aplikasi sebelum waktunya	3 hari
15.	Mitra melakukan tindakan diluar norma kesopanan termasuk pelecehan secara rasis atau secara seksual pada saat melakukan perjalanan bersama <i>customer</i> ataupun setelah perjalanan	Putus Mitra
16.	Perbedaan plat nomor kendaraan yang digunakan dengan yang tampil di aplikasi	1 hari sampai ganti plat

No.	Pelanggaran	Sanksi
17.	Perbedaan identitas mitra dengan identitas pengemudi yang tampil pada aplikasi	Putus Mitra
18.	Menyebabkan <i>customer</i> cidera karena kelalaian atau perilaku yang disengaja	Putus Mitra
19.	Mitra mengemudi dalam pengaruh alkohol atau napza	Putus Mitra
20.	Melanggar rambu-rambu lalu lintas ataupun ketertiban umum	Putus Mitra
<b>Kecurangan</b>		
21.	Menerima atau menekan tombol selesai tanpa menjemput <i>customer</i> atau mengambil pesanan	3 hari
22.	Pembatalan pesanan atau mematikan aplikasi namun tetap mengantar <i>customer</i> ke pesenan	5 hari
23.	tidak memberikan atau menyalahgunakan potongan harga untuk <i>customer</i> yang menggunakan kode promo	5 hari
24.	Meminta penambahan pembayaran diluar tarif yang tertera atau ditentukan dari aplikasi Grab tanpa persetujuan <i>customer</i>	5 hari
25.	Mengambil pesanan yang tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi Grab contoh pesanan dengan alamat yang tidak sesuai	5 hari
26.	Bertikai atau bertengkar dengan mitra lain di depan <i>customer</i> atau tempat umum	7 hari
27.	Tidak menginformasikan 21 hari sebelumnya kepada pihak Grab bahwa SIM dan KTP akan segera berakhir masa berlakunya	7 hari
28.	Memiliki <i>customer</i> atau pesanan langganan melalui aplikasi	Putus Mitra*
29.	Melakukan pesanan sendiri dan menyelesaikan pesanan sendiri	Putus Mitra*

No.	Pelanggaran	Sanksi
30.	Membuat akun <i>customer</i> untuk keperluan pemesanan baik dikerjakan sendiri atau oleh mitra Grab lain	Putus Mitra*
31.	Melakukan jual beli atau sewa akun Grab	Putus Mitra
32.	Mengambil atau menahan atau merusak secara sengaja atau tidak, apapun hak milik <i>customer</i> , baik yang tertinggal atau dititipkan ke mitra	Putus Mitra
33.	Memprovokasikan mitra lain untuk melakukan kegiatan yang dapat merugikan pihak lain termasuk Grab (contoh: anarkis, kerusakan fasilitas, razia)	Putus Mitra
34.	<i>Customer</i> mengeluhkan atau mengadu ke pihak berwajib (contoh: polisi)	Putus Mitra
35.	Menyebarkan informasi atau Berita yang tidak benar sehingga menimbulkan keresahan bagi mitra lain melalui cara apapun, termasuk melalui media	Putus Mitra
36.	Melakukan tindak pidana terhadap siapapun	Putus Mitra
37.	Menurunkan <i>customer</i> tidak pada sesuai yang tertera di aplikasi	5 Hari
38.	Menambahkan biaya di luar tarif yang tertera di aplikasi tanpa sepengetahuan <i>customer</i>	5 Hari

\*Sisa saldo dan bonus hangus

*Sumber:* Aplikasi *driver* responden diakses pada tanggal 4 April 2020

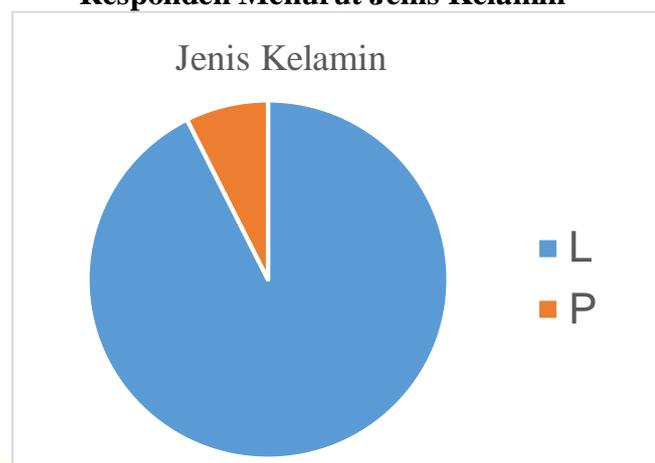
Setiap bentuk pelanggaran yang dilakukan, mitra akan mendapatkan peringatan atau sanksi berupa pembekuan Akun sesuai jumlah hari yang tertera pada kolom sanksi di atas, hingga pemutusan kemitraan. Apabila mitra melakukan pelanggaran yang sama Grab berhak memutuskan kemitraan secara sepihak.

Kedua ojek *online* di atas memiliki paguyuban masing- masing namun disatukan oleh paguyuban terbesar yaitu D'Semar. D'Semar adalah singkatan dari *Driver* Seluruh Masyarakat Banyumas Raya. Organisasi ini diketuai oleh Ikhsan, dan dianggotai oleh seluruh *driver* ojek *online* di Banyumas baik dari Gojek, Grab, dan ojek *online* lainnya.

## B. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan *driver* Gojek dan Grab yang memenuhi kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden berjumlah 29 *driver*, 22 responden melalui *google form*, melalui wawancara secara langsung 3 responden 4 lainnya melalui wawancara via *WhatsApp*. Wawancara dilakukan secara berulang pada responden yang sama ketika terjadi kekurangan informasi secara detail. Melalui daftar pertanyaan kondisi responden dapat disajikan dalam bentuk *chart* seperti berikut.

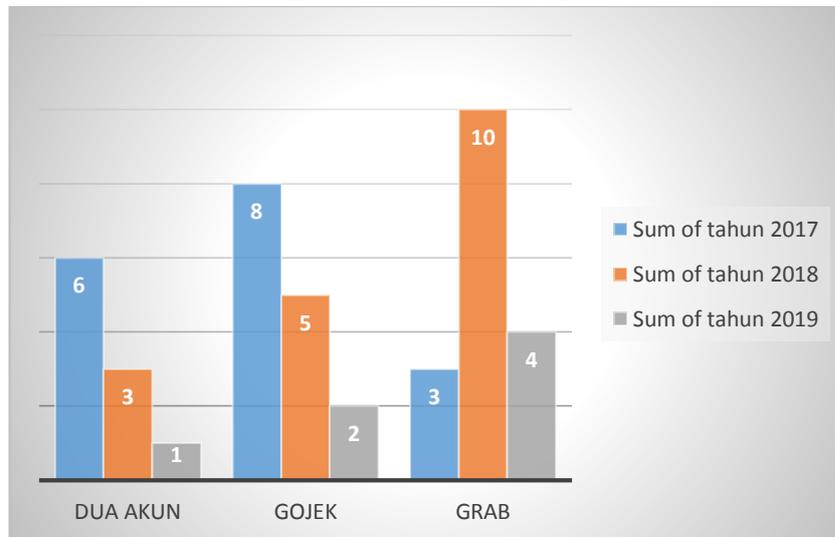
**Gambar 4.8**  
**Responden Menurut Jenis Kelamin**



Sumber: Reduksi Data pada tanggal 4 April 2020

Banyaknya responden berjenis kelamin laki-laki disebabkan adanya penurunan pesanan yang berlangsung selama masa pandemi. Memaksa para *driver* untuk mengalihkan pekerjaan sampingan ini menjadi tidak dilakukan. Sedangkan mereka yang masih berjuang *on-bid* saat pandemi karena mereka menjadikan hal ini sebagai pekerjaan pokok mereka. Dilihat dari jumlah *driver* yang bergabung, jumlah responden dapat disajikan dalam *chart* sebagai berikut.

**Gambar 4.9**  
**Jumlah Driver**



Sumber: Reduksi Data pada tanggal 4 April 2020

Banyaknya responden yang bersedia untuk diambil datanya hanya beberapa *driver*. Hal ini disebabkan banyaknya dari mereka yang sudah tidak memiliki akun resmi (bukan atas nama mereka sendiri). Mereka memperoleh akun dari jual beli akun pada media sosial. Jika mereka diwawancarai mereka tidak mengetahui alur proses menjadi pemilik akun tersebut secara resmi. Dan mereka juga khawatir terungkapnya identitas mereka. Mereka menyadari hal ini membahayakan diri mereka dan orang lain, namun mereka mengatakan keterbatasan menjadi *driver* dan banyaknya masyarakat yang ingin menjadi *driver* mau tidak mau mereka memilih jalan ini. Pada saat peneliti melakukan penelitian ini belum ada tindak lanjut dari perusahaan untuk mengurangi atau mengatasi adanya jual beli akun ojek *online* seperti yang dikeluhkan kebanyakan responden *driver* satu akun. Berikut ini nama-nama responden yang telah bersedia melakukan wawancara lebih lanjut. Yanuar Ramadhan (22 tahun) ojek *online* sebagai pekerjaan pokok, beralamat di Kedungbanteng dan memiliki dua akun. Junaedi (35 tahun) ojek *online* sebagai pekerjaan pokok, beralamat di Keniten memiliki dua akun, pernah menjadi ojek *online* Gojek di Jakarta. Sugianto (42 tahun) ojek *online* sebagai pekerjaan pokok, beralamat di Keniten dan memiliki dua akun. Arif Sugianto (27 tahun), memiliki satu akun yaitu

Gojek, ojek *online* sebagai pekerjaan pokok dan beralamat di Kedungbanteng. Rians (27 tahun) ojek *online* sebagai pekerjaan sampingan, memiliki satu akun yaitu Gojek, beralamat di Kalikesur. Fahmi Vidi (30 tahun) memiliki satu akun yaitu Grab, ojek *online* sebagai pekerjaan sampingan dan beralamat di Grendeng. Wanda (29 tahun), memiliki dua akun dan ojek *online* merupakan pekerjaan sampingan, beralamat di Bojong.

### C. Relasi Ekonomi Bisnis Perusahaan dengan *driver*

Terjadinya relasi ekonomi bisnis antara *driver* ojek *online* dengan perusahaan disebabkan oleh perusahaan membuka kesempatan bergabung menjadi mitra *driver* untuk Gojek dan Grab di Purwokerto. Sehingga relasi ekonomi yang terjadi adalah adanya kerjasama yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pihak pertama (perusahaan) sebagai penyedia *platform* dan pihak kedua (individu *driver*) sebagai penyedia aset, kemudian saling bekerja sama untuk saling menguntungkan. Masyarakat yang menjadi mitra *driver* ojek *online* mengajukan diri menjadi pihak kedua melalui pendaftaran *online* yang telah disediakan oleh perusahaan dengan cara mengunggah berkas persyaratan atau datang langsung ke kantor operasional yang telah ada di Purwokerto dengan membawa berkas persyaratan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

*Driver* menyebut relasi yang terjadi antara satu kelompok besar perusahaan dengan individu masyarakat yang mendaftar sebagai kemitraan. *Driver* memiliki paham bahwa, bermitra dengan perusahaan berarti setuju sepenuhnya pada kebijakan dan peraturan perusahaan, tidak dapat ikut andil dalam pengambilan keputusan tentang kesejahteraan *driver*, dan segala risikonya ditanggung oleh *driver* sendiri.

Dalam relasi ekonomi bisnis ini perusahaan dengan *driver* memiliki tujuan yang berbeda. Perusahaan memiliki visi dan misi yang intinya perusahaan ingin menjadi moda transportasi modern yang terdepan, sedangkan para *driver*-nya hanya berusaha agar mereka tetap dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun jika dilihat per poin dari visi ataupun misi perusahaan, kedua perusahaan memiliki kesamaan tujuan dengan *driver* ojek *online* pada bagian meningkatkan

taraf hidup ojek. Hal ini menandakan bahwa perusahaan dengan *driver* memiliki satu tujuan.

Di sisi lain, perusahaan ojek *online* juga memiliki status, kemampuan serta kekuatan lebih tinggi dari *driver* ojek *online*. Hal ini dibuktikan dengan segala syarat dan ketentuan menjadi mitra perusahaan telah ditentukan oleh pihak perusahaan, masyarakat yang mendaftar dan sesuai dengan syarat dapat lolos menjadi mitra *driver*. Pemberian akses terhadap akun *driver* Gojek dan Grab juga dipegang penuh oleh perusahaan. Selain itu, ketika pihak perusahaan akan mengambil keputusan tentang kebijakan tidak mempertimbangkan pendapat yang telah ditampung oleh perwakilan *driver*, seperti yang terjadi pada tanggal 21 Agustus 2019. Pada saat itu *driver* melakukan demonstrasi dan aksi mogok massal selama 3 hari serta menutup kantor operasional kantor Gojek dan Grab. Mereka melakukan protes soal bonus yang berlaku. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa model kemitraan yang terjadi antara perusahaan dengan *driver* dinamakan dengan model kemitraan *subordinate union of partnership* dimana pihak yang satu memiliki segala hal besar lainnya dibandingkan dengan pihak yang satu. Hubungan yang terjalin bukan hubungan mitra sejajar namun menjadi hubungan atas bawah, perusahaan sebagai pihak atas dan *driver* sebagai pihak bawah. Hubungan kuat lemah dimana perusahaan sebagai pihak yang kuat dan *driver* sebagai pihak yang lemah serta tidak terjadi akibat dari *sharing* dan peran atau fungsi yang seimbang.

Tidak adanya fungsi yang seimbang ini dibuktikan dengan *driver* ojek *online* yang putus mitra dengan perusahaan tidak menimbulkan pengaruh kepada perusahaan. Namun ketika perusahaan melakukan putus mitra terhadap *driver* ojek *online* akan berpengaruh besar bagi keuangan *driver* dan keluarganya. Dan perusahaan juga tidak bisa mengaktifkan kembali akun *driver* ojek *online* yang telah putus mitra tersebut dengan alasan apapun.

Adapun syarat-syarat umum menjadi *driver* ojek *online* yang telah ditetapkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Memiliki kendaraan bermotor layak pakai dengan tahun pembuatan Kendaraan 2011 ke atas.
2. Fotokopi STNK motor dalam masa berlaku.
3. Fotokopi KTP berlaku.
4. Fotokopi SIM C berlaku.
5. Fotokopi SKCK asli atau legalisir yang belum kadaluarsa.
6. Email Gmail dan Nomor HP yang aktif.
7. Smartphone dengan RAM minimal 1 GB
8. Usia maksimal 35 tahun, di atas usia tersebut harus menyertakan surat keterangan sehat.
9. Mampu menjalankan jam kerja 10 jam sehari dan 5 hari dalam waktu seminggu.

Selain itu dalam pendaftaran *online* menjadi mitra *driver*, para calon *driver* (pada awal hadirnya Gojek dan Grab di Purwokerto) tidak menandatangani suatu kontrak yang ada. Para *driver* hanya melakukan ceklis di kotak pada halaman pendaftaran *online driver* yang menyatakan bahwa pendaftar telah setuju dengan segala syarat, ketentuan dan kebijakan yang ada. Mereka hanya membaca syarat dan ketentuan pada halaman website resmi perusahaan, mendaftarkan diri dan menunggu *validasi* data dari perusahaan. Dengan berjalannya waktu, dan berkembangnya kantor oprasional di Purwokerto kedua perusahaan tersebut memberlakukan tanda tangan surat mitra kepada semua calon *drivernya*, ketika calon *driver* datang untuk mevalidasi data di kantor oprasional tersebut.

Proses validasi data menjadi media perjanjian antara perusahaan dengan calon *driver*. Tahap ini akan dilakukan ketika pihak perusahaan telah memberitahukan kepada pihak calon *driver*. Pemberitahuan ini dikirim melalui email atau sms pada calon *driver*, dengan tujuan calon *driver* diminta untuk datang ke kantor oprasional. Calon *driver* membawa berkas-berkas yang telah

diunggah via *online* untuk dicek keasliannya. Tahap selanjutnya pemberian akses akun sebagai *driver* oleh perusahaan.

Dalam syarat sah suatu kontrak pasal 1320 KUHP Perdata dengan rincian sebagai berikut.

1. Syarat subjektif, syarat ini sah sebagai perjanjian mitra sebab.
  - a. Kesepakatan ini terjadi bukan karena para pihak saling bekerja sama untuk membuat kontrak, tapi satu pihak membutuhkan pihak lain untuk berkontrak. Perusahaan telah menyediakan segala perarturan yang harus *driver* taati. Setiap masyarakat yang bergabung menjadi mitra telah membaca dan menyetujui berbagai syarat dan ketentuan serta kebijakan yang diberlakukan oleh perusahaan ojek *online* tersebut. *Driver* tidak keberatan dengan segala syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh perusahaan. Karena memang menurut para *driver*, hal yang telah ditentukan tidak membuat mereka rugi. Serta hal-hal yang ada diperarturan telah dipertimbangkan untuk kesejahteraan *driver* itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kesepakatan untuk mengingatkan diri pada segala yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan melakukan tindakan menceklis kotak persetujuan secara elektronik.
  - b. Kecakapan dalam membuat kontrak dari *driver* dipastikan dengan mereka menunjukkan KTP dan SIM yang menyatakan bahwa mereka telah dianggap cakap untuk melakukan perbuatan hukum. Sebab untuk mendapatkan kedua kartu tersebut di haruskan minimal berusia 17 tahun. Usia ini dikategorikan telah memasuki usia dewasa.
2. Syarat Objektif, syarat ini sah dan tidak batal demi hukum sebab.
  - a. Perjanjian dilakukan dengan suatu hal atau objek tertentu. Objek dalam suatu perjanjian harus jelas. Objek perjanjian perusahaan dengan *driver* ini telah dicantumkan oleh perusahaan di awal perjanjian, yaitu menggunakan sistem bagi hasil antara perusahaan pemilik *platform* dengan *driver* penyedia aset dalam bentuk prosentase dan ketentuan

bonus dengan minimal target yang juga telah ditentukan oleh perusahaan.

- b. Suatu sebab yang halal, ini diperoleh dari segala hal yang dilakukan oleh kedua belah pihak dilakukan secara sukarela tanpa adanya unsur paksaan dan mereka memiliki kuasa atas diri mereka sendiri. Dan kerjasama ini tidak melakukan hal yang dilarang oleh undang-undang maupun agama.

Selain dilihat dari dua syarat sah Pasal 1320 KUHP Perdata, suatu perjanjian juga memiliki asas yang terdapat pada pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata. Dimana asas ini berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang berkesepakatan. Asas tersebut antara lain.

1. Konsensualisme, asas ini menerangkan bahwa hukum akan mulai berlaku jika mereka telah sepakat. Hal ini terjadi pada *driver* yang telah diterima sebagai mitra dan saat akunnya telah diberi akses oleh perusahaan maka mereka telah memiliki kewajiban untuk menaati segala peraturan yang telah dibuat oleh perusahaan dan menjaga nama baik perusahaan. Hal ini juga selaras dengan hadis yang diriwayatkan oleh Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf, bahwa setiap orang yang telah berkesepakatan maka akan terikat oleh poin-poin yang di sepakati.
2. Kebebasan berkontrak, asas ini adalah bahwa para pihak bebas menentukan apa yang akan diperjanjian. Namun pada soal perusahaan dengan *driver* ini, *driver* harus menerima segala syarat dan ketentuan dari perusahaan. Mereka tidak dapat menentukan melalui suatu forum tentang suatu syarat dan ketentuan dalam perjanjian. Mereka juga tidak dapat ikut andil dalam pembuatan atau perubahan kebijakan walaupun sudah menjadi mitra *driver*.
3. *Pacta Sunt Servanda*, artinya kontrak mengikat seperti undang-undang baik mereka yang melakukannya. Dalam hal perusahaan dengan *driver* memang hal ini berlaku kepada mitra *driver*, namun tidak berlaku untuk pihak perusahaan. Karena ketentuan dan syarat diberlakukan untuk para *driver* yang mengikat diri pada perusahaan.

#### **D. *Sharing Economy* dalam Ojek Online**

##### 1. Pengertian

Dalam hal *sharing economy* secara pengertian yang dikemukakan oleh Turino dalam bukunya, dimana individu atau sekelompok orang mampu menghasilkan uang dari sumber daya yang dimiliki memang benar. *Driver* ojek *online* menghasilkan uang dari kendaraan yang mereka miliki dengan menjual jasa yang ditetapkan perusahaan kepada *customer* melalui sebuah *platform online* yang disediakan oleh perusahaan. *Driver* melaksanakan pesanan yang masuk melalui perantara *platform* perusahaan yang menghubungkan *driver* dengan *customer*. Jadi, perusahaan menjadi perantara antara *driver* sebagai pencari *customer* dan *customer* sebagai pengguna jasa yang ditawarkan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat leluasa mendistribusikan produk jasanya kepada setiap masyarakat yang memerlukan.

Dalam bagian lain dalam bukunya juga dijelaskan, bahwa perusahaan meminjam dan menyewa sumber daya keperluan perusahaan dari *driver* sebagai pemilik sumber daya. Pada kenyataannya *driver* ojek *online* bergantung pada masyarakat yang menggunakan jasa perusahaan. Kemudian perusahaan memberikan sistem target poin yang harus dicapai oleh *driver* untuk menarik semangat *driver* agar selalu ingin mendapatkan bonus. Bonus yang diberikan melalui target poin yang disediakan oleh perusahaan dapat dikatakan sebagai uang sewa atas kendaraan yang digunakan sebagai keperluan industri perusahaan Gojek maupun Grab selama telah mengantar *customer* sesuai dengan minimal poin yang didapat. Sedangkan untuk biaya perawatan kendaraan seperti ganti oli, ganti kampas rem, sampai biaya servis juga ditanggung oleh *driver*.

Sedangkan dalam pengertian lain yang dikemukakan oleh Alex Stephany dalam bukunya *The Bussines of Sharing* bahwa *sharing economy* adalah nilai yang diambil dari aset yang kurang dimanfaatkan dengan cara membuatnya dapat diakses secara *online* oleh orang lain yang membutuhkan aset tersebut. Namun hal ini tidak dengan *driver* ojek *online*, sebab mereka

dapat menggunakan kendaraan yang mereka pakai sebelumnya untuk bekerja jika sang *driver* memiliki pekerjaan sebelumnya, atau menggunakan ojek *online* ini sebagai sampingan, dan atau mereka yang memiliki kendaraan namun masih dalam masa cicilan kepada lembaga keuangan. Perusahaan hanya menstandarkan sepeda motor yang digunakan untuk melakukan pesanan dalam kondisi yang prima dan dibatasi dengan minimal tahun pembuatan agar sesuai dengan syarat dan ketentuan menjadi *driver* Gojek dan Grab. Hal ini menunjukkan bahwa aset yang digunakan oleh perusahaan bukanlah aset yang kurang ada manfaatnya atau *midle aset*.

*Driver* responden juga mengatakan bahwa mereka memiliki keinginan untuk membeli kendaraan baru ketika mereka memiliki cukup pendapatan atau uang dari sistem bagi hasil yang diperoleh dari perusahaan. Tak jarang pula penulis menemukan *driver* yang menggunakan plat baru dan mereka mengatakan pembelian atas kendaraan tersebut hasil dari Gojek maupun Grab. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dari *driver* sebagai penyedia sumber daya juga ingin memiliki kendaraan baru yang artinya para *driver* tidak memiliki keinginan berkurangnya seseorang untuk memiliki aset kendaraan.

Istilah “*slack to the pack*” juga kurang tepat dalam relasi *driver* dengan perusahaan. Memang perusahaan menyalurkan kelebihanannya dalam mengelola *platform* begitu juga *driver* yang menyalurkan asetnya untuk saling mencapai tujuannya. Dalam posisi yang lain tidak saling berbagi beban sebab *driver* menanggung semua risikonya sendiri. Beberapa hal seperti pembatalan pesanan jasa beli antar makanan memang dapat dikonfirmasi kepada pihak kantor operasional, namun karena waktu pelayanan yang memakan waktu 7 kali 24 jam membuat *driver* selalu memilih menanggung kerugian atas pembatalan pesanan tersebut. Kerugian yang dialami oleh *driver* saat terjadi pembatalan pesanan antara lain kerugian keuangan berupa total pembelian atas pesanan, kerugian bahan bakar dari tempat awal mendapatkan pesanan menuju restoran yang kemudian menuju tempat tujuan antar, dan waktu yang seharusnya dapat digunakan untuk

mendapatkan pesanan lain habis untuk proses konfirmasi pembatalan pesanan ke kantor. Karena prosedur pembatalan pesanan hanya dapat dilakukan oleh kantor pusat ketika di aplikasi *driver* sudah melakukan konfirmasi pembelian makanan kepada pemesan. Namun ketika pembatalan terjadi sebelum *driver* melakukan konfirmasi pembelian makanan, pembatalan tersebut dapat dilakukan oleh *driver* sendiri.

Pada ojek *online*, *driver* yang sebagai penyedia jasa juga dapat menggunakan jasa pada aplikasi *customer*. Dengan cara, mengunduh aplikasi khusus untuk *customer*. *Driver* Gojek maupun Grab tidak dapat menggunakan satu aplikasi sekaligus untuk menjadi *driver* dan menjadi *customer*. Walaupun begitu ini tetap dapat dinamakan dengan konsumsi kolaboratif atau istilah lainnya *peer to peer*. Karena selain menjadi penyedia jasa, *driver* juga dapat menggunakan jasa tersebut. Hal ini selaras dengan yang disebutkan oleh Pia dan Yasanthi pada buku *The Rise of The Sharing Economy* bahwa *sharing economy* memiliki fokus *peer to peer* atau lebih dikenal dengan konsumsi kolaboratif. Dan oleh M. Ruslianor dalam jurnalnya juga menyebutkan bahwa *sharing economy* adalah suatu model ekonomi *peer to peer* yang dilakukan dengan menggunakan media digital.

Dapat disimpulkan dari pengertian *sharing economy* saja, aset yang dipakai oleh *driver* Gojek maupun *driver* Grab tidaklah aset yang menganggur (*middle aset*). Aset yang digunakan adalah aset yang sengaja di adakan agar mereka bisa bekerja sebagai *driver* perusahaan Gojek maupun Grab, ini di buktikan dari adanya *driver* yang motornya masih dalam masa cicilan pada lembaga bank lain, atau ada dari mereka pula sengaja membeli motor baru untuk mereka gunakan bekerja sebagai *driver*. Dan untuk mereka yang menjadikan *driver* adalah sampingan juga begitu. Motor mereka tidak dalam kondisi menganggur, hanya saja mereka memiliki kebutuhan yang harus mereka cukupi membuat mereka mencari kerja lebih dari satu.

## 2. Karakteristik *sharing economy* ojek *online*

Dalam wawancara dengan responden, 90% orang memiliki jawaban bahwa karakteristik *sharing economy* tidak dapat sepenuhnya melekat pada ojek *online* dengan sebab sebagai berikut.

### a. Berbasis Berbagi

Konsep berbagi menurut *driver* menjadi kurang tepat. Salah satunya Bapak Sugianto, selaku responden yang memiliki dua akun yaitu akun Gojek dan Grab. Beliau mengatakan bahwa sebagai *driver* yang mereka cari adalah penghasilan. Dan penghasilan datang ketika ada *customer*. Ketika *customer* tidak ada, maka mereka tidak berpenghasilan dan mereka tidak dapat memberikan nafkah kepada keluarga. Perusahaan yang berperan sebagai penyedia *platform* berusaha mencari sistem yang terbaik untuk *drivernya*. Untuk Gojek sendiri telah mengganti sistem prioritas menjadi sistem pemerataan *customer* untuk semua *driver*. Hal ini bertujuan agar semua *driver* dapat melakukan pencapaian target poin setiap hari, hanya saja mereka yang menjaga akunnya tetap dalam performa dan rating yang bagus akan lebih cepat menerima pesanan di bandingkan yang tidak.

Para *driver* juga setuju, bahwa ketika penggunaan kata “berbagi” maka mereka tidak mematok tarif untuk setiap jasa. Perusahaan tidak mempromosikan produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan melalui segala media. Memberikan tumpangan dalam satu tujuan perjalanan, contohnya sistem *three in one* yang berlaku di Jakarta sebagai upaya penanggulangan macet.

Namun dalam hal *platform* yang berupa aplikasi, perusahaan memang sepenuhnya tidak memungut keuntungan berupa uang dalam pengunduhannya bagi para *driver*. Hanya saja ketika *driver* tersebut tidak melakukan prosedur pendaftaran maka tidak dapat masuk pada aplikasi untuk melakukan layanan. Berbeda dengan aplikasi yang digunakan oleh *customer* ojek *online*, mereka dapat masuk dan mendaftarkan diri secara gratis serta dapat menikmati layanan sesuai

kebutuhan mereka. Hal ini dapat dikatakan bahwa perusahaan menggunakan basis berbagi kepada *driver*.

b. Sumber daya dengan kapasitas menganggur

Seperti yang telah di ulas dalam pengertian *sharing economy* bahwa sumber daya yang digunakan bukanlah semata-mata kapasitas yang menganggur, tetapi kapasitas yang diada-adakan oleh *driver* itu sendiri. Diada-adakan agar dapat digunakan untuk melakukan pesanan maupun diada-adakan dengan membeli aset berupa sepeda motor.

c. Akses sesuai permintaan dengan adanya perangkat digital yang memungkinkan interaksi jaringan

*Driver* menyelesaikan pesanan sesuai permintaan yang masuk melalui aplikasinya. Jika *customer* menambahkan permintaan pada *driver* selagi hal tersebut tidak melanggar peraturan, maka *driver* akan melaksanakannya. Namun terkadang *driver* juga menerima pesana *offline* selagi tidak mengganggu pesanan *online* yang masuk. Hal ini sebenarnya tidak diperbolehkan, karena merugikan perusahaan. Seperti yang responden Yanuar katakan, apabila jarak tempuh jauh maka potongan dari prosentase perusahaan juga akan besar. Maka beliau memilih menyelesaikan pesanan secara *offline* yang sebelumnya melakukan kesepakatan terlebih dahulu dengan *customer*, agar potongan tersebut bisa menjadi haknya. Pada hal ini maka akses yang diberikan perusahaan menjadi kurang maksimal.

Begitupun ketika *driver* menerima pembatalan pesanan beli antar makanan yang sudah dikonfirmasi pembeliannya pada aplikasi *driver*. Lama waktu proses pembatalan membuat akses sesuai permintaan dengan adanya perangkat digital untuk interaksi jaringan *driver* dengan perusahaan menjadi tidak efektif. Karena proses pembatalan dilakukan secara *offline*. Dan ketika pembatalan pesanan tersebut terjadi saat kantor oprasional sudah tutup maka *driver* tidak dapat melakukan klaim nota dari pembatalan pesanan tersebut.

d. Berkendara menuju keberlanjutan

*Driver* memiliki keinginan untuk tetap dapat memiliki penghasilan dari kerjasama ini. *Driver* berharap dengan adanya ojek *online* di Purwokerto dapat menekan pembelian kendaraan dan penggunaannya agar dapat saling menjaga udara bersih bebas polusi. Namun ketika mereka di tanya akankah membeli kendaraan lagi ketika memiliki uang lebih, jawaban mereka sama yaitu ingin. Hal ini menjadi kurang pas antara harapan dan keinginan mereka. Seperti yang telah diulas dalam pengertian *sharing economy* Alex Stephany dalam buku *The Bussines of Sharing*.

**E. Konsep *Islamic Sharing Economy* dalam ojek *online***

Ojek *online* terjalin karena adanya perkongsian atau kerjasama antara perusahaan dengan *driver*, selanjutnya lebih dikenal dalam bahasa arab sebagai *syirkah*. Yang berarti bahwa ojek *online* termasuk dalam muamalah komersil.

Dalam pelaksanaan relasi ekonomi yang terjadi di lapangan, jika dilihat dari rukun *musyarakah* maka akan sebagai berikut.

1. *Sighat*, seperti dalam undang-undang. Dalam Islam kesepakatan juga dapat diungkapkan secara lisan maupun tulisan. Dalam perjanjian perusahaan dengan *driver* seperti yang telah diulas di atas pada bagian syarat sah suatu kontrak, maka *driver* mengungkapkan secara tulisan yaitu dengan menceklis kotak yang menyatakan *driver* telah sepakat dengan syarat, ketentuan dan kebijakan dari perusahaan.
2. *'aqidain*, adanya dua pihak yang melakukan transaksi. Rukun yang kedua terpenuhi, sebab ada dua yang saling bertransaksi. Pihak pertama perusahaan sebagai penyedia akses *platform* melalui pendaftaran akses akun *driver*. Dan pihak lainnya adalah para *driver* yang melakukan pendafrtaran.
3. Objek *musyarakah*, dalam Islam modal untuk bekerjasama tidak boleh terutang (masih dalam cicilan dengan lembaga keuangan), atau harta temuan. Modal pokok dari perusahaan yaitu *platform* yang berupa pemberian akses *driver* pada aplikasi. Sedangkan sebagai *driver* harus memiliki modal berupa motor dengan minimal tahun 2011, *smartphone*, jas

hujan, atribut berupa helm dan jaket yang dibeli melalui kantor oprasional, dan saldo uang virtual (Gopay, OVO) sebagai modal awal minimal sebesar Rp. 20.000,-. Maka dalam relasi perusahaan dengan *driver* rukun ini terpenuhi. Walaupun kendaraan yang digunakan oleh *driver* tidak semuanya sudah menjadi hak milik sendiri, namun kemanfaatan dari kendaraan tersebut telah menjadi hak pemilik kendaraan tersebut. Kebanyakan motor yang digunakan memang masih dalam masa cicilan. Pada Gojek pembelian atribut juga dilakukan secara hutang piutang.

Selain rukun *musyarakah* ada juga syarat terjadinya *musyarakah* sebagai berikut.

1. Syarat pertama, kedua pihak harus memiliki kecakapan hukum. Hal ini juga sama dengan syarat sah suatu kontrak secara subjek bahwa *driver* adalah orang yang cakap hukum ditandai dengan kepemilikan KTP dan SIM. Dan para *driver* juga memiliki kuasa atas diri mereka sendiri ditunjukkan dengan tidak ada paksaan serta dilakukan atas sadar diri (tidak hilang ingatan) sejak awal bermitra dengan perusahaan.
2. Syarat kedua dan ketiga, modal *musyarakah* diketahui dan ada pada saat transaksi terjadi. Pada relasi perusahaan dengan *driver*, modal perusahaan sebagai penyedia *platform* adalah dengan memberi akses pada *driver* untuk melakukan pelayanan dengan akunnya serta memberikan buku panduan untuk menjadi *driver* yang baik. Sedangkan modal yang berasal dari *driver* berupa sepeda motor yang telah sesuai aturan, dan sejumlah uang untuk membeli jaket serta helm sesuai standar perusahaan, jas hujan, dan *top-up* saldo gopay untuk *driver* Gojek dan ovo untuk *driver* Grab. Untuk minimal nominal saldo yang harus dimiliki oleh seorang *driver* yaitu sebesar Rp. 20.000,-. Semua modal ada pada saat akad terjadi, yaitu ketika *driver* datang ke kantor oprasional untuk validasi data dan aktivasi akun.
3. Syarat yang keempat, keuntungan untuk para pihak diketahui dengan jumlah yang diketahui. Untuk hal ini sudah jelas pada perjanjian yaitu sebesar 80% untuk *driver* dan 20% untuk perusahaan. Dan bonus sesuai dengan target yang telah ditentukan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Namun target bonus yang diberlakukan oleh perusahaan dapat berubah dengan berjalannya waktu. Perusahaan hanya memberitahukan akan adanya perubahan suatu target tersebut. Perusahaan dapat mengubah kebijakan tanpa adanya pengambilan suara dari perwakilan *driver*. Hal ini mengurangi hak sebagai mitra *musyarakah* namun tidak mengurangi syarat sah terjadinya suatu mitra *musyarakah*.

Relasi *musyarakah* yang terjadi dalam kegiatan muamalah sendiri harus ada kesepakatan antara kedua belah pihak yang dibuktikan dengan adanya akad atau kontrak. Karena untuk mengikatkan diri harus memenuhi 4 pokok rukun dan syarat syahnya suatu akad maka.

1. *Aqid*-nya adalah perusahaan Gojek dengan calon *driver*-nya, dan perusahaan Grab dengan calon *driver*-nya. Masing-masing perusahaan diwakili oleh orang yang diberikan kepercayaan untuk mewakili perusahaan untuk memproses calon *driver* yang mendaftar.
2. *Ma'qud 'alaih*-nya adalah objek dari akad yaitu berupa pekerjaan yang diperoleh dengan mengikatkan dua pihak dengan cara bermitra.
3. *Maudhu' al-aqd*, tujuan atau maksud pokok terjadinya akad. Dari uraian di atas dalam bab ini, dapat dijelaskan bahwa tujuan terjadinya akad ini adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat ojek dengan cara bermitra yang mana mitra ini, satu pihak menyediakan *platform* yang dapat menghubungkan dua orang yang saling membutuhkan. Yang satu membutuhkan jasa angkutan dan yang satu membutuhkan uang sebagai tolak ukur peningkatan taraf hidupnya.
4. *Shigat al-'aqd* terjadinya ijab dan kabul sebagaimana telah dijelaskan dalam pembahasan sebelum ini, bahwa ijab dan kabul yang terjadi dilakukan secara tertulis dalam kode centang dalam kotak yang telah disediakan oleh perusahaan.

Relasi perusahaan dengan *driver* berdasarkan peran dan tanggung jawab sebagai mitra *musyarakah*, relasi ini dapat dinamakan *musyarakah inan* karena para pihak bekerjasama dengan saling memberikan modal yang dimiliki

dengan pembagian porsi keuntungan yang telah disepakati oleh para pihak. Sedangkan berdasarkan perubahan dana para mitranya relasi perusahaan dengan *driver* termasuk bentuk *musyarakah permanen* dimana diakhir kerjasama tidak ada pemindah tangan atas kepemilikan perusahaan tersebut. Dan para mitra yang kerjasama memiliki modal yang sama terus menerus dari awal sampai akhir.

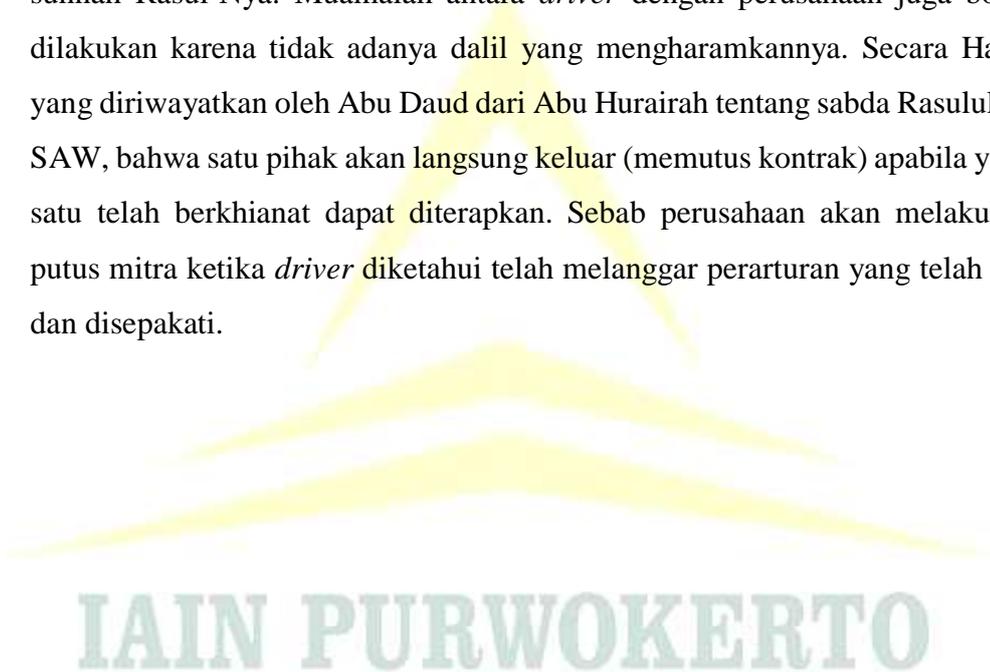
Dalam bermuamalah kedua pihak seharusnya saling mengedepan moral yang baik serta berperilaku adil. Pada kenyataannya, perusahaan berperilaku layaknya pihak yang mengeksploitasi *driver* jika dilihat dari hasil penelitian ini. Mulai dari modal yang disediakan oleh *driver* itu sendiri, kebijakan target poin yang membuat proses bagi hasil seperti *gamifikasi*, tidak adanya keikutsertaan *driver* sebagai mitra untuk ikut memutuskan kebijakan yang ada, kerugian-kerugian yang ditanggung oleh *driver* itu sendiri, serta beban perawatan motor dan atribut. Padahal perusahaan sebagai penyedia aplikasi tidak hanya mendapat uang dari bagi hasil dengan *driver saja*, namun juga memperoleh uang dari setiap iklan yang ada pada aplikasi.

Tidak pastinya jumlah *customer* yang ada membuat para *driver* mencari cara untuk mendapatkan uang lebih. Tidak sedikit dari *driver* yang akunya adalah hasil jual beli akun pada sosial media. Banyak pula *driver* yang mendaftarkan diri untuk bermitra dengan perusahaan ojek *online* lainnya, sehingga *driver* memiliki akun lebih dari satu. Beberapa *driver* juga terkadang menggunakan aplikasi GPS palsu yang membuat temannya yang lain mengalami kerugian. Tidak sedikit pula *driver* ketika sudah mencapai target poin tetap melakukan pelayanan, padahal terkadang ada sebagian dari mereka yang sulit untuk mendapatkan *customer*. Dari sini mencerminkan kurangnya moral yang baik bagi *driver* karena tidak dapat sepenuhnya patuh pada kebijakan yang ada. Hal ini tidak sesuai dengan QS. Shaad ayat 24, sebab dalam melakukan relasi *driver* dengan perusahaan, di dalamnya terdapat indikasi kezaliman antara pihak satu dengan pihak yang lain.

Perusahaan dalam menentukan naik turunnya tarif serta perubahan skema target *driver* tidak menerima dan mendengarkan pendapat *driver* yang

telah tertampung dan disuarakan oleh perwakilan mereka. Sistem yang menentukan pembagian pesanan pada *driver* yang tidak sesuai namanya yaitu “sistem pemerataan” membuat *driver* yang mendapatkan *customer* lebih dari target dapat melanjutkan pelayanannya. Hal ini menandakan kurang adilnya perusahaan dalam menggunakan hak suara *driver* dalam membuat keputusan dan kebijakan perusahaan.

Dari ulasan di atas mencerminkan bahwa ojek *online* dalam akadnya belum sempurna. Sebab, tidak adanya keimanan serta ketaatan sesuai syariat walaupun akad yang dilakukan tidak bertentangan dengan Al-Qur’an dan sunnah Rasul-Nya. Muamalah antara *driver* dengan perusahaan juga boleh dilakukan karena tidak adanya dalil yang mengharamkannya. Secara Hadis yang diriwayatkan oleh Abu Daud dari Abu Hurairah tentang sabda Rasulullah SAW, bahwa satu pihak akan langsung keluar (memutus kontrak) apabila yang satu telah berkhianat dapat diterapkan. Sebab perusahaan akan melakukan putus mitra ketika *driver* diketahui telah melanggar peraturan yang telah ada dan disepakati.



IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa relasi yang terjadi tidak dapat dikatakan sebagai *sharing economy* secara konvensional maupun secara Islam. Hal ini disebabkan oleh tidak relevannya antara pengertian menurut para ahli dengan yang ada pada lapangan. Dan tidak terpenuhinya secara keseluruhan karakteristik dari *sharing economy*.

Dalam hal kemitraan relasi perusahaan dengan ojek *online* dapat dikatakan *subordinate union of partnership* dimana pihak yang satu memiliki status, kemampuan, dan kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan pihak satunya yang membuat tidak adanya *sharing* dan peran atau fungsi yang seimbang. Dalam proses kemitraan perusahaan dengan *driver* ojek *online*, telah selaras dan sah menurut Pasal 1320 KUH Perdata sebab syarat sah yang terpenuhi. Dan sah secara hukum sebab selaras dengan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata.

Sedangkan secara Islam relasi yang terjadi ini dapat dikatakan sebagai *sharing economy* jika dilihat dari sudut *musyarakah*. Dalam syarat terjadinya relasi antara perusahaan dengan *driver* semua hal yang berkaitan dengan rukun serta syaratnya terpenuhi. Walaupun dalam praktiknya terjadi beberapa hal yang kurang sesuai dengan teknis yang ada, dikarenakan kendala lapangan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memberi saran sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan lebih memperhatikan keluhan yang menjadi hak *driver* agar perusahaan tidak hanya mengedepannya keuntungan semata, namun juga menjadi perusahaan yang mengedepankan moral dan keadilan didalamnya dan menghindari perlakuan eksploitasi kepada

pihak individu lain. Serta menjadikan relasi yang terjadi antara perusahaan dan *driver* dapat sesuai dengan *islamic sharing economy*.

2. Bagi *driver* untuk selalu menaati perjanjian dan peraturan, agar segala yang berhubungan dengan hak kerjasama dalam bermitra dapat di tanggulangi secara cepat dan tepat, serta dapat tercapainya *islamic sharing economy*.
3. Penulis juga memberikan saran, perlu adanya penelitian lanjutan dengan pandangan yang berbeda, agar relasi yang terjadi antara perusahaan dengan *driver* dapat sesuai dengan *islamic sharing economy*.

### **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah, segala puji bagi Tuhan, Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan sampai penelitian selesai dan dapat dibahas dalam tugas akhir kemahasiswaan ini. Semoga rahmat dan hidayah Allah selalu terlimpahkan kepada seluruh makhluk di dunia ini.

Oleh karena kemanusiaan penulis yang tak luput dari lupa dan khilaf, apabila terdapat kesalahan dalam tulisan ini diharapkan kritik dan saran yang membangun agar tercipta perbaikan agar tersempurnakan. Semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan dapat membantu semua pihak yang terlibat dalam proses bermitra khususnya dalam dunia ojek *online*.

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adisasmita, R. (2010). *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Albinsson, P., & Perera, Y. (2018). *The Rise of The Sharing Economy*. California: Santa Barbara.
- Dahlan, A., Atabik, Solikhin, I., Wildan, M., & Harjanu, V. (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*. Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Fitria, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. Bojong Genteng: CV Jejak.
- Ghazaly, A., Ihsan, G., & Shidiq, S. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana.
- Kartajaya, H., & Syakir Sula, M. (2016). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Mardani. (2013). *Fiqh Ekonomi Syariah; Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, H. E. (2016). *Starup Business Model*. Jakarta: Penebar Plus.
- Salim, A. R. (2017). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Simatupang, R. B. (2003). *Aspek Hukum dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Stephany, A. (2015). *The Bussines of Sharing, Making it in Niew Sharing Economy*. Inggris: Palgrave Macmillan.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.

Turino, H. (2016). *Meretas Konsep Ekonomi Berbagi*. Tangerang Selatan: PT. Kusuma Putra Kreatif.

Wijayanto, D. (2018). *Go-Jek For Every Need*. Solo: Tiga Serangkai.

Yaya, R., Martawireja, A., & Abdurahim, A. (2016). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.

### **Jurnal dan Skripsi**

Burawoy, M. (1981). *Manufacturing Consent: Changes in the Labor Process under Monopoly Capitalism*. Inggris: University of Chicago Press.

Coupez, A. (2017). *Sharing Economy: a drive to succes The case of Go-Jek in Jakarta, Indonesia*. Belgia: Universite Catholique de Louvain.

Dale, S. (2014). Making Work Fun, or MAKing Fun for Work? *Business Information Review*.

Indyaswari, P. T., & Putra, D. R. (2015). Analisis Mengenai Hubungan Supir Gojek dengan PT. Gojek Indonesia. *Kertha Semaya*.

Kamim, A. B., & Khandiq, M. (2019). Gojek dan Kerja Digital; Kerentanan dan Ilusi Kesejahteraan Yang Dialami Oleh Mitra Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital. *Studi Pemuda*.

M. Ruslianor, M. (2016). Model Ekonomi Berbagi "Mobile-SECO" (Platform Multi-Sided Markets) Sebagai Ekosistem Sosio-Ekonomi Islam. *ResearchGate*.

PWC. (2014, Desember 17). The Sharing Economy. *Consumer Intelligence Series*.

PWC. (2015). *Sharing or Paring ? Growth of The Sharing Economy*. London: PWC.

Syafrino, A. (2017). *Efesiensi dan Dampak Ojek ONline terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

### **Internet**

Fajrina, H. N. (2016, Maret 29). *Kebangkitan Sharing Economy di Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: [m.cnnindonesia.com](http://m.cnnindonesia.com)

Farras, & dkk. (2014, Agustus 25). *Uber*. Retrieved from Wikipedia: [id.m.wikipedia.org](http://id.m.wikipedia.org)

RA, F., & dkk. (2015, Agustus 27). *Grab (Perusahaan)*. Retrieved from Wikipedia: [id.m.wikipedia.org](http://id.m.wikipedia.org)

- Ratih, D. (2019, Maret 01). *Sejarah Grab dari Tahun 2012 Hingga Jadi Decacorn*. Retrieved from Dream.co.id: [m.dream.co.id](http://m.dream.co.id)
- Ridlo, M. (2019, Agustus 21). *Pengemudi Ojol Segel Kantor Gojek dan Grab Purwokerto*. Retrieved from Liputan 6: [m.liputan6.com](http://m.liputan6.com)
- Rustyani, S. (2016, April 1). *Sharing Economy is The One of Islamic Economy's Concept*. Retrieved from Kompasiana: [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)
- Serempak, A. (2019, July 5). *Dampak Positif Transportasi Online Bagi Masyarakat*. Retrieved from Serempak: <http://serempak.id>
- Walfajri, M. (2019, Juli 26). *Driver Gojek Ternyata Sudah Dilindungi Asuransi Allianz*. Retrieved from News Data Financial Tool: [kontan.co.id](http://kontan.co.id)
- Zain, F. M. (2019, Agustus 21). *Ribuan Driver Ojek Online di Banyumas Gelar Aksi Mogok Kerja Selama Tiga Hari*. Retrieved from Tribun Jateng: [TribunJateng.com](http://TribunJateng.com)



IAIN PURWOKERTO