

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alat transportasi menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia diseluruh dunia sejak dulu termasuk di Indonesia. Masyarakat Indonesia membutuhkan transportasi untuk berpindah-pindah tempat dan mengangkut barang seperti hasil pertanian, peternakan, dan barang perdagangan. Karena luas wilayah dan kondisi geografis, masyarakat Indonesia mempunyai alat transportasinya sendiri seperti gerobak, delman, dan becak untuk kebutuhan transportasi di darat. Sedangkan untuk kebutuhan transportasi di air seperti sungai dan laut masyarakat Indonesia mempunyai perahu, rakit dan kapal layar.

Seiring berkembangnya teknologi dan industri otomotif pola penggunaan alat transportasi masyarakat Indonesia pun berubah. Kendaraan bermotor mulai digemari sebagai pilihan alat transportasi seperti kereta, mobil dan sepeda motor. Sebagian orang memanfaatkan kebutuhan masyarakat akan transportasi sebagai ladang untuk mencari keuntungan, kebutuhan transportasi juga memunculkan perkembangan pada jasa transportasi di Indonesia.

Jasa transportasi merupakan bisnis yang selalu ada selama manusia melakukan mobilitas. Di Indonesia bisnis dalam jasa transportasi dibedakan berdasarkan medan yang dilalui yaitu darat, laut dan udara. Proses digitalisasi mempengaruhi salah satu bisnis jasa transportasi yang sudah ada sebelumnya yaitu

ojek pangkalan. Di Indonesia ojek pangkalan muncul sekitar tahun 1970an yang merupakan sarana transportasi untuk wilayah perkotaan yang ramai penduduk namun sulit dijangkau oleh transportasi umum. Melalui digitalisasi "ojek" yang merupakan profesi sebagian masyarakat di Indonesia berkembang menjadi ojek *online*.

Grab merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis *online* melalui platform digital atau aplikasi yang bisa diunduh melalui *smartphone*. Aplikasi yang disediakan oleh Grab, memungkinkan konsumen memesan ojek hanya melalui *smartphone*, yang kemudian pesanan akan dihubungkan kepada mitra ojek online yang terdaftar dalam kemitraan Grab. Sehingga dapat dikatakan bahwa Grab merupakan penyedia layanan transportasi yang menghubungkan konsumen dengan ojek *online*.

Pada dasarnya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh ojek *online* ini tidak jauh berbeda dengan ojek pangkalan, namun yang membedakannya dengan ojek pangkalan ada tiga hal yaitu:

1. Jenis layanan ojek *online* lebih beragam dibandingkan dengan ojek pangkalan. Layanan yang ditawarkan oleh ojek *online* adalah antar jemput penumpang, pengiriman barang, pemesanan makanan dan minuman, belanja kebutuhan harian. Selain transportasi tersedia juga layanan pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan kuota melalui aplikasi.

2. Trayek atau jalur operasional ojek *online* lebih luas selama ada sinyal internet. Sedangkan ojek pangkalan memiliki trayek atau jalur yang terbatas.
3. Sistem kerja. Jika sistem kerja ojek pangkalan adalah menunggu penumpang datang ke pangkalan ojek kemudian negosiasi harga. Sedangkan sistem kerja ojek *online* adalah menjemput penumpang dititik lokasi penjemputan lalu mengantarkan penumpang pada tujuan yang tertera pada aplikasi, serta penentuan tarif dibuat otomatis melalui sistem dengan memperhatikan undang-undang yang berlaku.

Grab adalah salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi yang beroperasi di Indonesia. Grab diluncurkan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling di Kuala Lumpur, Malaysia, dengan nama MyTeksi. Kemudian masuk ke Indonesia pada tahun 2014 dengan menawarkan layanan GrabTaxi, barulah pada tahun 2015 Grab meluncurkan layanan baru yaitu GrabBike yang memungkinkan penumpang untuk memesan ojek motor secara *online*.

Sejak diluncurkan pada tahun 2012 dalam 5 tahun Grab telah diunduh oleh 45 Juta perangkat dan memiliki 930.000 jumlah pengemudi serta transaksi per hari mencapai 2,5 juta transaksi (Grab, 2017). Dengan pencapaian tersebut Grab menjadi salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi terbesar di Asia Tenggara termasuk Indonesia.

Untuk menjadi salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi terbesar di Indonesia bukanlah hal yang mudah, dibutuhkan strategi, dana, dan kerja sama yang

kuat antara perusahaan dengan pengemudi. Dalam sejarah perkembangannya tercatat bahwa Grab telah menerima pendanaan sebanyak 8 kali, yaitu:

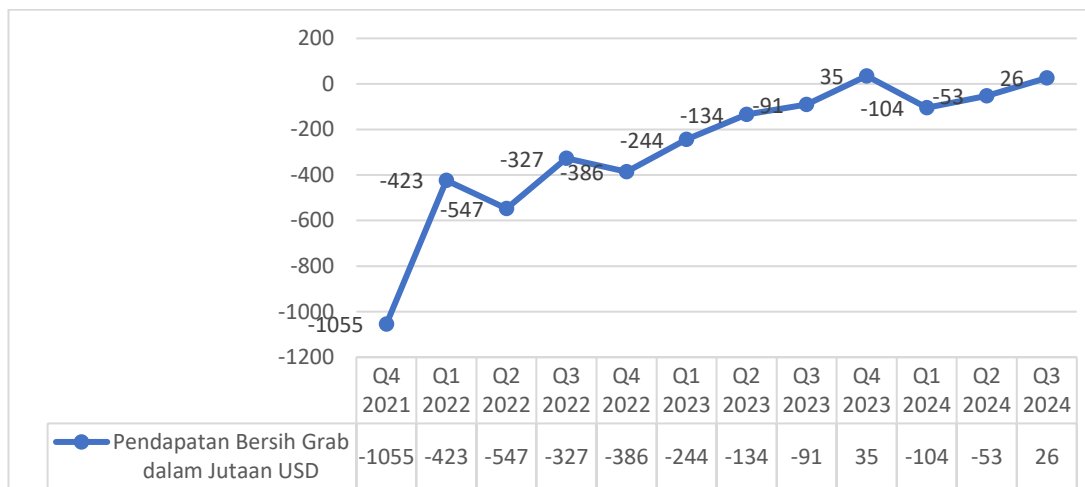
- April 2014 Grab mendapatkan pendanaan seri A yang dikeluarkan oleh Vertex Venture Holdings yang termasuk anak perusahaan Temasek Holding sebesar 10 juta USD.
- Mei 2014 Grab mendapatkan pendanaan seri B sebesar 15 juta USD dari GGV Capital, Qunar dan Vertex Venture.
- Oktober 2014 Grab mendapatkan pendanaan seri C sebesar 65 USD dari Tiger Global asal Amerika Serikat
- Grab menutup pendanaan pada tahun 2014 dengan pendanaan seri D dari SoftBank Group dari Jepang sebesar 250 juta USD.
- Pendanaan Grab kemudian berlanjut pada bulan Agustus 2015 yang dimana Grab mendapatkan pendanaan dari Didi Chuxing asal China dan China Investment Corporation dalam pendanaan seri E sebesar 350 juta USD.
- Pendanaan selanjutnya Grab dapatkan dari Didi Chuxing, SoftBank dan perusahaan otomotif Jepang sebesar 750 juta USD pada September 2016 dalam pendanaan seri F
- Agustus 2017 pendanaan berlanjut pada seri G sebesar 2,5 Miliar USD yang berasal dari SoftBank, Didi Chuxing dan Toyota
- Terakhir berdasarkan laporan TechCrunch, Grab menerima pendanaan terakhir pada seri H sebesar 1 miliar USD pada bulan Juli 2018. Total

pendanaan yang diterima oleh Grab adalah 4.940.000.000 USD (Banjarnahor, 2019).

Pendanaan yang sudah terkumpul digunakan oleh Grab untuk keberlangsungan perusahaan serta menghadapi persaingan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Grab adalah bakar uang, bakar uang merupakan strategi yang biasa digunakan oleh *start-up* teknologi. Tercatat sepanjang tahun 2022 Grab membakar uang sebesar 1,97 miliar USD (Setyowati, 2023). Grab melakukan bakar uang dengan memberikan promo berupa diskon kepada pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan jumlah transaksi supaya Grab menjadi *top of mind* perusahaan penyedia jasa transportasi.

Strategi bakar uang yang dilakukan oleh Grab tentu tidak akan berlangsung selamanya, karena pada akhirnya perusahaan akan berorientasi pada profit atau mencari keuntungan. Menurut *Chief Financial Officer* Grab yaitu Peter Oey, tahun 2023 Grab mulai mengefisiensikan dana dan fokus mendorong peningkatan margin agar bisa terus tumbuh secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa Grab pada tahun 2023 akan mulai berorientasi pada keuntungan dan mengurangi promosi dengan bakar uang.

Pengurangan promosi dan orientasi Grab yang berubah menyebabkan penurunan pendapatan mitra karena jumlah transaksi pelanggan berkurang, hal ini kemungkinan akan menimbulkan masalah pada hubungan kemitraan Grab. Namun di sisi lain perusahaan mengalami peningkatan dalam pendapatan bersih terlihat dari laporan keuangan Grab di bawah ini:

Tabel 1.1 Laporan Pendapatan Bersih Grab

Sumber Trading View 2024

Berdasarkan aspek hukum yang berlaku, hubungan antara Grab dengan pengemudi ojek *online* adalah mitra perusahaan. Dengan kata lain posisi keduanya setara, Grab tidak bisa menjalankan usaha jika tidak ada pengemudi dan pengemudi bisa mendapatkan banyak penumpang karena Grab.

Hubungan kemitraan ini seharusnya saling menguntungkan kedua belah pihak dan keduanya saling membutuhkan untuk bisa terus berjalan. Namun beberapa tahun kebelakang berdasarkan sudut pandang pengemudi, Grab menekan pengemudi terlalu berlebihan. Kerja sama dalam hubungan kemitraan dianggap kurang adil dalam pembagian keuntungan, bahkan beberapa pengemudi Grab menganggap hubungan kerja sama dalam kemitraan ini tidak saling menguntungkan lagi.

Selain Grab, di Indonesia terdapat kompetitor atau pesaing bisnis dibidang jasa layanan transportasi online yang merupakan perusahaan asli Indonesia yaitu Gojek. Gojek didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim, namun pada saat pertama

kali berdiri, Gojek tidak berbasis online dalam menjalankan bisnisnya, melainkan menggunakan call center sebagai platform untuk memesan ojek. Pada tahun 2015 Gojek meluncurkan aplikasinya, sehingga Gojek resmi menjadi perusahaan jasa layanan transportasi berbasis online (Liputan 6, 2018).

Di Indonesia Gojek merupakan salah satu pesaing Grab yang paling berat, di tahun 2016 valuasi Gojek telah mencapai lebih dari US\$ 1 miliar yang membuat Gojek menjadi *start-up unicorn* pertama di Indonesia. Beberapa pendanaan didapatkan oleh Gojek selama 5 tahun setelah perilisan aplikasi Gojek, diantaranya adalah:

1. Juni 2015, Gojek mendapatkan pendanaan dari NSI Ventures dengan nominal yang tidak dipublikasikan
2. Oktober 2015, Gojek mendapatkan pendanaan dari Sequoia Capital dengan nominal yang tidak dipublikasikan (Liputan 6, 2018)
3. Agustus 2016, Gojek mendapatkan pendanaan dari Kohlberg Kravis Roberts, Warburg Pincus, Farallon Capital dan Capital Group Private Markets senilai US\$ 550 juta (Businesswire, 2016).
4. Januari 2018, Gojek mendapatkan pendanaan dari Google yang diikuti oleh Tencent, JD, Temasek dan Meituan-Dianpin dengan nilai pendanaan sebesar US\$ 1,2 miliar (Savithri, 2018)
5. Februari 2018, Gojek mendapatkan pendanaan dari Astra Internasional sebesar US\$ 150 juta, kemudian diikuti oleh Djarum Group melalui PT Global Digital Niaga dengan nilai pendanaan yang tidak dipublikasikan (Ayuwuragil, 2018)

6. Juni 2020, Gojek mendapatkan pendanaan dari Facebook dan PayPal dengan nilai yang tidak dipublikasikan (Tani, 2020).

Banyaknya pendanaan yang diterima oleh Gojek membuat valuasi perusahaan semakin tinggi. Akibatnya Gojek menjadi pesaing utama Grab di Indonesia bahkan Asia Tenggara. Setelah bertahun-tahun beroperasi, Gojek dan Grab sudah melewati masa-masa krisis saat masyarakat baru mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi, pergesekan dengan ojek pangkalan dan angkutan umum lainnya serta munculnya pesaing baru, namun Gojek dan Grab tetap eksis di Indonesia.

Di beberapa media dan komunitas ojek *online*, para pengemudi termasuk mitra pengemudi Grab mengeluhkan tidak adilnya penentuan tarif dan bagi hasil. Ketentuan yang mengatur tentang besaran tarif ojek *online* dan pembagian hasil antara perusahaan dengan ojek *online* diatur dalam Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 667 Tahun 2022. Adapun didalam peraturan tersebut dijelaskan tarif dasar ojek *online* berdasarkan zona wilayah yaitu:

1. Besaran tarif pada zona 1 yaitu:
 - a. Tarif batas bawah sebesar Rp. 2.000/km
 - b. Tarif batas atas sebesar Rp. 2.500/km
 - c. Tarif minimal dalam 1 perjalanan dengan rentang tarif sebesar Rp. 8.000 s.d. Rp. 10.000.

Tarif ini berlaku untuk wilayah berikut ini:

- a. Sumatera dan sekitarnya.
- b. Jawa selain Jakarta Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

c. Bali dan sekitarnya.

2. Besaran tarif pada zona 2 yaitu:

- a. Tarif batas bawah sebesar Rp. 2.550/km
- b. Tarif batas atas sebesar Rp. 2.800/km
- c. Tarif minimal dalam 1 perjalanan dengan rentang tarif sebesar Rp. 10.200 s.d. Rp. 11.200

Tarif ini berlaku untuk wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

3. Besaran tarif pada zona 3 yaitu:

- a. Tarif batas bawah sebesar Rp. 2.300/km
- b. Tarif batas atas sebesar Rp. 2.750/km
- c. Tarif minimal dalam 1 perjalanan dengan rentang tarif sebesar Rp. 9.200 s.d. Rp. 11.000

Tarif ini berlaku untuk wilayah berikut:

- a. Kalimantan dan sekitarnya
- b. Sulawesi dan sekitarnya
- c. Kepulauan Nusa Tenggara dan sekitarnya
- d. Kepulauan Maluku dan sekitarnya
- e. Papua dan sekitarnya

Selain tarif dasar dalam peraturan tersebut juga dijelaskan besaran persentase bagi hasil antara perusahaan penyedia jasa transportasi dengan pengemudi ojek *online* yaitu 80% untuk pengemudi ojek *online* dan 20% untuk perusahaan dengan rincian paling tinggi 15% untuk biaya sewa aplikasi atau platform dan paling tinggi 5% untuk biaya penunjang kesejahteraan pengemudi ojek *online*.

Beberapa pengemudi Grab mengeluhkan Grab sebagai perusahaan aplikasi tidak transparan dalam pembagian hasil terutama pada perjalanan dengan metode pembayaran non tunai atau *cashless*. Metode pembayaran non tunai sistematisnya adalah penumpang membayar ongkos perjalanan kepada Grab melalui OVO atau SuperBank atau metode pembayaran non tunai lainnya, lalu Grab menerima pembayaran tersebut, kemudian dibayarkan kepada pengemudi Grab sesuai jarak yang ditempuh kemudian dikalikan dengan tarif minimal yang ditetapkan dalam Keputusan Menteri Perhubungan nomor 667 tahun 2022 yaitu Rp. 2.000/KM.

Setelah perjalanan selesai pengemudi Grab tidak boleh menagih ongkos kepada penumpang karena ongkos tersebut akan otomatis masuk ke dompet digital pengemudi dan pengemudi tidak diberitahu berapa jumlah sebenarnya yang dibayarkan penumpang kepada Grab dengan begitu Grab berpotensi melakukan kecurangan dengan membebaskan tarif maksimal kepada penumpang namun membayarkan tarif minimal kepada pengemudi Grab, sehingga bagi hasil yang terjadi tidak 80% : 20% seperti yang sudah diatur dalam Keputusan Menteri Perhubungan nomor 667 tahun 2022.

Dengan melihat isi dari Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 667 Tahun 2022 dapat diketahui bahwa seluruh kebijakan kemitraan antara Grab dengan mitra pengemudi semuanya diatur dalam peraturan tersebut. Dimulai dari tarif dasar, porsi bagi hasil, dan alokasi pendapatan. Dalam ekonomi syariah pihak-pihak yang berserikat (*syirkah*) harus mencapai kesepakatan bersama atas bagi hasil usaha yang dijalankan, dengan mengedepankan prinsip keterbukaan, keseimbangan dan saling ridha.

Pemerintah boleh ikut campur terkait tarif dan porsi bagi hasil, jika kedua belah pihak yang berserikat (*Syirkah*) tidak bisa menilai dengan pasti beban operasional pihak lainnya. Dalam hal ini Grab tidak bisa menilai dengan pasti berapa beban operasional mitra pengemudi Grab dalam sekali orderan, begitupun mitra pengemudi Grab tidak bisa menilai dengan pasti berapa beban operasional harian dari perusahaan. Oleh karena itu pemerintah perlu menetapkan standar dengan tujuan agar tidak ada monopoli harga, eksploitasi serta memastikan setiap pihak bisa mendapatkan upah yang layak (Hakim, Janwari, Jubaedah, & Athoillah, 2023).

Dalam hubungan kemitraan Grab dengan mitra pengemudi Grab, akad yang digunakan adalah akad *musyarakah*, bagi hasil dilakukan berdasarkan persentase yang sudah diatur oleh pemerintah dan sepakati bersama yaitu 80% untuk mitra pengemudi Grab dan 20% untuk Grab yang dihitung berdasarkan tarif dasar setiap orderan yang berhasil diselesaikan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.

Kerja sama yang dilakukan kedua pihak yaitu Grab dengan mitra pengemudi mencerminkan prinsip-prinsip dalam *Syirkah Inan*. Keduanya sama-sama berkontribusi dalam modal dan kemampuan, namun modal yang diserahkan tidak bisa diakui sebagai milik bersama, melainkan mutlak milik pihak yang menyertakan modal. Selain itu porsi bagi hasil ditetapkan saat akad, dalam konteks kemitraan mitra pengemudi Grab harus diberitahu besaran porsi bagi hasil untuk masing-masing sebelum mendaftar.

Secara prinsip ekonomi syariah, tantangan dalam hubungan kemitraan Grab dengan mitra pengemudi Grab ada pada transparansi sistem bagi hasil yang dimana Grab kurang transparan terkait pembagian hasil, terutama pada orderan yang menggunakan pembayaran nontunai. Sedangkan untuk prinsip lainnya seperti keseimbangan dan keadilan tidak ada, hal ini dikarenakan ada peran pemerintah yang mengatur porsi bagi hasil dan tarif. Sehingga selama Grab menjalankan sistem bagi hasil sesuai dengan peraturan pemerintah maka prinsip keseimbangan dan keadilan akan tetap terpenuhi (Hakim, Janwari, Jubaedah, & Athoillah, 2023).

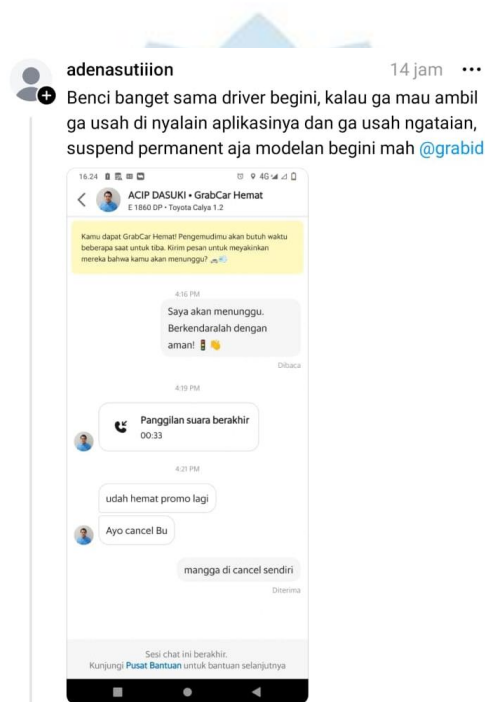
Selain transparansi dalam pembagian hasil, pengemudi Grab juga mengeluhkan tentang pemilihan rute yang dibuat oleh Grab tidak efektif untuk dilalui. Sebagai contoh ketika penumpang memesan layanan GrabBike, maka penumpang harus memasukkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan, setelah itu Grab akan mengeluarkan tarif berdasarkan rute yang sudah dibuat oleh Grab.

Namun rute yang dibuat oleh Grab adalah rute terdekat antara lokasi penjemputan dengan lokasi tujuan, yang dimana supaya bisa memberikan tarif seminimal mungkin kepada penumpang, Grab membuat rute yang melewati jalan alternatif yang melewati pemukiman padat penduduk dengan kondisi jalan sempit.

Hal ini tentu merugikan pengemudi Grab dan penumpang karena rute yang dipilih tidak efektif secara waktu dan beberapa pengemudi Grab yang tidak mengetahui dengan pasti jalan alternatif tersebut akan lebih memilih menggunakan jalan utama yang lebih luas dibandingkan menggunakan jalan alternatif yang dipilih oleh Grab, meskipun jarak yang ditempuh akan menjadi lebih jauh, selain

itu beberapa penumpang juga sering meminta untuk melewati jalan utama karena lebih efektif. (Rahman, 2024)

Tantangan dalam hubungan kerja sama antara Grab dengan pengemudi Grab tidak hanya sampai pada transparansi dan keadilan dalam pembagian hasil, tetapi termasuk juga dalam kerja sama Grab dengan Pengemudi Grab. Secara aspek hukum hubungan antara keduanya adalah kemitraan yang dimana mitra berarti rekan kerja yang berarti posisi kedua belah pihak setara yaitu saling membutuhkan.

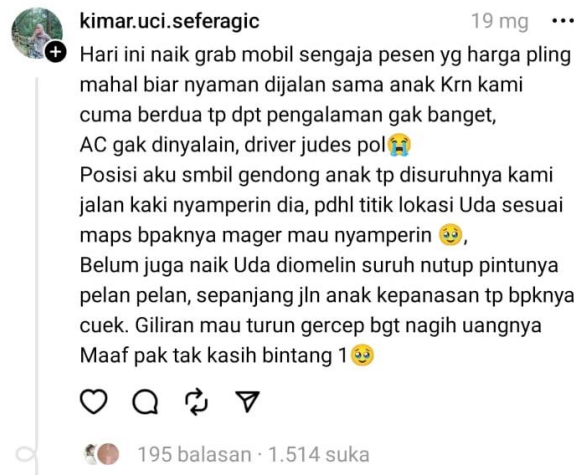


Gambar 1.1

Keluhan Konsumen Grab

Gambar diatas merupakan tangkapan layar dari aplikasi Threads yang menunjukkan kekecewaan pengguna Grab kepada pengemudi Grab karena tidak mau mengambil orderannya. Perilaku pengemudi Grab tersebut sudah menunjukkan buruknya kualitas pelayanan dalam dimensi *Reliabilty* atau

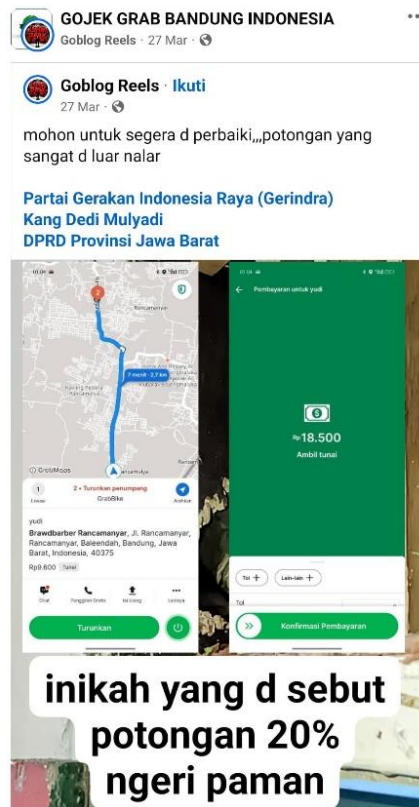
keandalan, yang dimana mitra pengemudi Grab tidak bisa menjalankan orderan sesuai dengan harapan konsumen.



Gambar 1.2
Keluhan Konsumen Grab

Gambar diatas merupakan tangkapan layar dari aplikasi Threads yang menunjukkan kekecewaan pengguna Grab kepada pengemudi Grab karena sudah membayar layanan yang paling mahal namun tidak mendapatkan pelayanan yang baik sebagaimana mestinya. Perilaku pengemudi Grab tersebut sudah menunjukkan buruknya kualitas pelayanan dalam dimensi *Reliabilty* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati).

Dalam indikator SERVQUAL kualitas pelayanan harus memenuhi unsur *tangible* yaitu keberadaannya bisa dilihat dan dirasakan, kemudian *reliability* yaitu bisa diandalkan saat dibutuhkan, kemudian *responsiveness* yaitu daya tanggap yang cepat saat diperlukan, kemudian *assurance* yaitu jaminan bahwa pelayanan dapat berjalan dengan baik, serta empati yang dimana pemberi pelayanan harus mampu memahami kebutuhan dan harapan konsumen atas jasa yang digunakan.



Gambar 1.3

Keluhan Mitra Pengemudi Grab

Gambar di atas menunjukkan jumlah tarif yang dibayarkan penumpang yaitu sebesar Rp. 18.500 dan tarif dasar yang diterima oleh pengemudi Grab sebesar Rp. 9.600. Berdasarkan hitungan matematika maka dapat disimpulkan sistem bagi hasil di atas sebesar 51% untuk pengemudi dan 49% untuk aplikasi. Hal ini tentu tidak sesuai dengan peraturan bagi hasil yang diatur dalam Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 667 Tahun 2022.

Selain itu pada saat bulan Juni 2024 para pengemudi ojek *online* melakukan demo di Gedung Sate, tuntutanannya adalah meminta perusahaan aplikasi mengubah tarif dasar yang dipakai oleh perusahaan aplikasi menjadi Rp. 2.500 per kilo meter untuk pendapatan bersih pengemudi sesuai dengan peraturan dalam Keputusan

Menteri Perhubungan nomor 667 tahun 2022 bahwa tarif maksimal per kilo meter untuk zona 1 adalah Rp. 2.500 dan tarif minimalnya adalah Rp. 2.000 dan saat ini setiap pengemudi ojek *online* mendapatkan tarif dasar minimal.

Alasan utama mengapa para pengemudi ojek *online* menuntut supaya pemerintah bisa menekan perusahaan aplikasi memberikan tarif maksimal kepada pengemudi ojek *online* adalah karena kenaikan harga bahan bakar minyak seperti Pertalite dan Pertamax yang biasa digunakan oleh pengemudi ojek *online*. Tarif dasar Rp. 2.000 per kilometer sudah berlaku pada saat harga Pertalite masih diharga Rp. 7.650 per liter dan Pertama x Rp. 10.000 per liter sedangkan di tahun 2025 sekarang harga Pertalite naik menjadi Rp. 10.000 per liter dan Pertamax menjadi Rp. 12.100 per liter.

Kenaikan BBM ini tentu berpengaruh terhadap kenaikan harga-harga lainnya termasuk pada biaya perawatan kendaraan, suku cadang kendaraan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan operasional pengemudi ojek *online*. Namun pada akhirnya hasil demo tersebut tidak ditanggapi oleh perusahaan aplikasi termasuk Grab dan sampai saat ini pengemudi ojek *online* masih menerima pendapatan bersih dari tarif dasar per kilo meter adalah Rp. 2.000,00.

Bermitra berarti kerja sama yang adil dan transparan dalam pembagian tugas maupun pembagian hasil. Adil dalam pembagian tugas dan pembagian hasil disini berarti tidak ada pihak yang mengerjakan tugas lebih besar dari apa yang diterima dan tidak ada pihak yang mengerjakan tugas lebih kecil dari apa yang diterima. Meskipun hubungan Grab dengan pengemudi adalah mitra namun hubungan

keduanya terlihat seperti pengusaha dengan pekerja, karena seluruh pendapatan Grab berasal dari potongan komisi bagi hasil dengan pengemudi.

Dalam perspektif ekonomi syariah adil itu mencakup dua aspek yaitu jelas dan proporsional. Pertama, jelas berarti kesepakatan yang dibuat terbuka dan sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dari kesepakatan tersebut. Kedua, proporsional berarti sepadan antara yang dikeluarkan dengan yang diterima. Dalam konteks bagi hasil proporsional berarti sesuai antara yang dikerjakan dengan yang diterima.

Selain mengatur tentang bagaimana cara beribadah kepada Allah SWT. Islam juga mengatur tentang bagaimana manusia berhubungan satu sama lain dalam bidang ekonomi bisa disebut sebagai *muamalah*. Prinsip keadilan dalam perspektif ekonomi syariah jika dikaitkan dengan sistem bagi hasil antara Grab dengan pengemudi tentu maka akan membahas tentang kejelasan dan transparansi dalam sistem bagi hasil Grab, serta proporsionalitas dalam pembagian hasil.

Dalam penelitian ini tujuan utamanya adalah mengevaluasi kesesuaian sistem kemitraan Grab dengan prinsip ekonomi syariah khususnya dalam sistem bagi hasil antara pengemudi dengan perusahaan. Prinsip bagi hasil penting untuk diperhatikan karena hal ini berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan keberlangsungan usaha.

Sebagai perusahaan multinasional Grab dituntut untuk adil dalam pembagian hasil karena hal ini akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Jika mitra pengemudi menganggap pembagian hasil kurang adil maka akan berpengaruh pada berkurangnya loyalitas pengemudi Grab yang akan berakibat pada pelayanan yang

diberikan pengemudi kepada pelanggan. Sebagai perusahaan jasa penting untuk menjaga hospitality, karena jika pengemudi memberikan pelayanan yang buruk maka pelanggan tidak akan nyaman dan beralih pada perusahaan jasa transportasi lain. Oleh karena itu penting untuk menjaga loyalitas pengemudi agar mereka bisa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan Grab.

Reputasi perusahaan bergantung pada persepsi masyarakat terhadap perusahaan, jika masyarakat menemukan fakta bahwa perusahaan tidak adil dalam pembagian hasil maka reputasi perusahaan akan buruk dimasyarakat. Kemungkinan terburuknya adalah pemboikotan perusahaan oleh masyarakat jika reputasi perusahaan terus memburuk, seperti produk-produk dari perusahaan yang berafiliasi dengan Israel.

Grab sebagai perusahaan jasa tentu harus mempertahankan reputasinya agar selalu baik dalam persepsi masyarakat. Apalagi Grab menjalankan usahanya di Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah Muslim sehingga prinsip keadilan dalam bagi hasil berdasarkan perspektif ekonomi syariah akan relevan jika diterapkan di Indonesia.

Prinsip keadilan dalam ekonomi syariah perlu diterapkan pada sistem bagi hasil Grab dengan pengemudi. Alasannya karena Grab adalah perusahaan besar yang memiliki pengaruh besar terhadap hidup banyak orang di dalamnya seperti pemilik perusahaan, investor, karyawan, dan mitra. Selain itu Grab menjalankan usahanya di Indonesia yang penduduknya mayoritas muslim, artinya norma, hukum, budaya dan etika yang berlaku di Indonesia terpengaruh oleh ajaran Islam. Sehingga akan

menimbulkan pertentangan jika prinsip keadilan dalam ekonomi syariah tidak diterapkan dalam sistem bagi hasil.

Berdasarkan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang penerapan prinsip keadilan dalam bagi hasil pada sistem kemitraan Grab dengan pengemudi. Penelitian ini berjudul **“ANALISIS SISTEM BAGI HASIL GRAB DRIVER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI KOTA BANDUNG”**.

Data terkait sistem bagi hasil Grab Driver didapatkan secara empiris melalui wawancara dengan mitra pengemudi Grab, selain itu data kualitas pelayanan juga didapatkan secara empiris dengan menggunakan indikator SERVQUAL melalui wawancara dan kuesioner kepada penumpang atau konsumen GrabBike di Kota Bandung. Data kemudian dianalisis secara normatif untuk membandingkan sistem bagi hasil yang diterapkan dalam kemitraan Grab dengan prinsip ekonomi syariah.

B. Identifikasi Masalah

Ada beberapa warganet yang memposting keluhan mereka saat menggunakan jasa layanan Grab. Dalam postingannya, mereka menyatakan bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang kurang baik dari mitra pengemudi Grab. Kemudian dalam media sosial komunitas ojek *online*, ada beberapa mitra pengemudi Grab yang memposting tentang pendapatan dan sistem pemotongan bagi hasil yang diterapkan oleh Grab. Dalam postingan tersebut mitra pengemudi Grab mengeluh

terkait potongan yang tidak sesuai antara tarif yang dibayar oleh konsumen Grab dengan pendapatan yang diterima oleh mitra pengemudi Grab.

Berdasarkan fenomena tersebut dapat diketahui terdapat masalah dalam sistem bagi hasil antara mitra pengemudi Grab dengan Grab sebagai perusahaan penyedia jasa layanan transportasi *online*. Karena merasa dicurangi oleh perusahaan maka mitra pengemudi Grab mengabaikan standar kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh Grab sehingga ada keluhan dari konsumen Grab.

C. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan ruang lingkup dan batasan penelitian yaitu untuk variabel sistem bagi hasil penelitian dilakukan pada subjek penelitian yang beroperasi di Kota Bandung yaitu mitra pengemudi Grab di Kota Bandung. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan dilakukan pada subjek penelitian yang pernah menggunakan jasa layanan GrabBike di Kota Bandung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, peneliti mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem bagi hasil dalam aplikasi Grab Driver ?
2. Bagaimana pelayanan pengemudi Grab terhadap konsumen Grab?
3. Apakah ada pengaruh penerapan sistem bagi hasil dalam aplikasi Grab Driver terhadap kualitas pelayanan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem bagi hasil dalam aplikasi Grab Driver
2. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan pengemudi Grab kepada konsumen Grab
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan sistem bagi hasil dalam aplikasi Grab Driver terhadap peningkatan kualitas pelayanan?

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi berdasarkan dua jenis manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teori terhadap pengembangan ilmu pengetahuan sehingga menambah wawasan baru terhadap sistem bagi hasil Grab di Kota Bandung berdasarkan prespektif ekonomi syariah. Selain itu diharapkan penelitian ini akan bermanfaat pada penelitian serupa selanjutnya sebagai referensi tambahan serta menambah pembendaharaan literatur pada perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman baru untuk peneliti dalam melakukan penelitian dan menulis karya ilmiah, sehingga menambah wawasan baru bagi peneliti terhadap sistem bagi hasil berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan Grab mendapatkan perspektif baru terkait sistem bagi hasil berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Sehingga jika ada kekurangan dalam sistem bagi hasil dalam kemitraan Grab bisa dikoreksi kembali agar sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Sehingga Grab bisa menjadi perusahaan jasa transportasi dengan keberlangsungan usaha yang baik dengan mitra pengemudi yang loyal terhadap perusahaan sehingga reputasi Grab semakin baik dimasyarakat yang tentu akan berdampak baik pada perusahaan.

c. Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah menjadi lebih memahami perannya sebagai mediator antara perusahaan dengan mitra pengemudi, sehingga kesejahteraan pekerja, dan mitra yang tergabung dalam kemitraan akan terjamin.

d. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan masyarakat lebih memahami terkait sistem bagi hasil dalam kemitraan Grab. Harapannya masyarakat bisa menilai perusahaan jasa transportasi mana yang lebih baik dalam menerapkan sistem bagi hasilnya dengan pengemudi.