

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk industri transportasi.¹ Berbagai aspek di kehidupan manusia pun berubah apalagi di sektor transportasi.² Ojek *online* yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia adalah salah satu contoh dari inovasi yang menarik.³ Ojek *online* seperti Gojek, Grab dan inDrive, antara lain, telah mengubah cara orang Indonesia bertransportasi. Perkembangan teknologi seperti ojek *online* muncul sebagai jawaban atas kebutuhan orang untuk transportasi yang lebih cepat, mudah, dan efektif. Dengan teknologi internet dan aplikasi berbasis handphone, orang sekarang dapat memesan transportasi secara online tanpa repot pergi ke pangkalan. Perkembangan ojek online juga telah mempengaruhi industri transportasi konvensional. Sebelumnya, masyarakat menggunakan ojek pangkalan, angkutan umum, atau taksi. Namun, sekarang masyarakat beralih ke ojek *online* karena lebih praktis dan efisien.⁴

Salah satu perkembangan teknologi adalah ojek *online*, yaitu layanan jasa transportasi roda dua yang beroperasi melalui aplikasi digital berbasis internet. Ojek *online* hadir sebagai inovasi di bidang transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk mempertemukan pengguna jasa dan pengemudi secara cepat dan efisien. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam pemesanan, kepastian tarif, serta transparansi layanan melalui sistem aplikasi. Sejak kemunculannya sekitar tahun 2015 dengan Gojek sebagai pelopor, ojek online seperti Gojek, Grab, dan inDrive berkembang pesat dan

¹ Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, *Perkembangan Transportasi Berbasis Aplikasi di Indonesia*, <https://www.dephub.go.id>, diakses pada 4 Desember 2025.

² Kompas.com, "Sejarah dan Perkembangan Ojek Online di Indonesia," <https://www.kompas.com>, diakses pada 4 Desember 2025.

³ Nursyamsi, "Perkembangan Ojek Online sebagai Inovasi Transportasi Digital," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 9, No. 1 (2018), h. 23.

⁴ Raudhatul Jannah, "Transformasi Transportasi Konvensional ke Transportasi Online," *Jurnal Manajemen Transportasi* (2020), h. 113.

menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Tingginya jumlah pengguna transportasi *online* menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi kebutuhan publik sekaligus penopang aktivitas ekonomi masyarakat.

Sebelum hadirnya aplikasi ojek *online*, ojek pangkalan menjadi pilihan masyarakat, tetapi sistemnya memiliki banyak kekurangan. Tidak adanya standar tarif membuat harga sering berubah-ubah dan tergantung situasi. Selain itu, ojek pangkalan hanya dapat bekerja di titik tertentu sehingga jangkauan pelanggan terbatas. Ketika Gojek hadir pada 2015 dengan sistem aplikasi yang lebih modern, diikuti oleh Grab, para pengojek konvensional mulai beralih menjadi driver *online* karena pendapatan lebih stabil, tarif lebih jelas, dan mereka bisa memperoleh lebih banyak pelanggan tanpa harus menunggu di pangkalan.⁵ Masuknya inDrive beberapa tahun kemudian memberikan alternatif baru karena menawarkan sistem tawar-menawar harga yang mirip ojek konvensional, tetapi berlangsung secara digital.

Peralihan ojek ke layanan *online* mulai terlihat nyata sejak tahun 2014–2015, ketika Gojek meluncurkan aplikasi resminya dan langsung berkembang pesat.⁶ Grab kemudian menjadi pesaing kuat dengan layanan GrabBike yang diterima baik oleh masyarakat. Pada tahun 2019, inDrive masuk ke Indonesia dengan konsep unik, yaitu membiarkan pengguna menentukan tarif sendiri, sementara driver dapat menerima, menolak, atau memberikan penawaran harga lain. Ketiga aplikasi ini kemudian menjadi platform utama yang digunakan masyarakat dalam layanan transportasi roda dua.⁷

Munculnya berbagai aplikasi ojek *online* seperti Gojek, Grab, dan inDrive menyebabkan persaingan yang cukup signifikan di pasar transportasi digital. Gojek sebagai pelopor menawarkan tarif yang dihitung otomatis berdasarkan

⁵ Gojek Indonesia, “Tentang Gojek dan Perkembangannya di Indonesia,” <https://www.gojek.com>, diakses pada 4 Desember 2025.

⁶ Katadata.co.id, “Pertumbuhan Ojek Online dan Perubahan Pola Transportasi Masyarakat,” <https://katadata.co.id>, diakses pada 4 Desember 2025.

⁷ CNN Indonesia, “Transportasi Online Jadi Kebutuhan Masyarakat Perkotaan,” <https://www.cnnindonesia.com>, diakses pada 4 Desember 2025.

jarak dan kondisi perjalanan. Grab hadir dengan sistem serupa namun sering memberikan promo atau diskon untuk menarik pelanggan. Sementara itu, inDrive tampil berbeda dengan memberi kebebasan bagi penumpang untuk menentukan harga sendiri, sehingga seringkali menawarkan tarif lebih murah dibandingkan aplikasi lain.⁸

Perkembangan penggunaan ojek *online* di Indonesia terus meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cepat, mudah, dan memiliki tarif yang jelas.⁹ Di kota-kota besar, ojek *online* bahkan menjadi pilihan utama untuk mobilitas harian. Pertumbuhan yang begitu pesat ini mendorong masing-masing aplikasi untuk bersaing dalam menarik pengguna, terutama melalui strategi penetapan tarif. Gojek dan Grab cenderung menggunakan tarif yang sudah dihitung secara otomatis melalui algoritma aplikasi, sedangkan inDrive memberikan fleksibilitas penuh kepada penumpang. Akibatnya, fenomena persaingan harga menjadi sangat terlihat di lapangan, baik dari sisi penumpang maupun driver.

Fenomena persaingan harga ini kemudian menjadi isu penting untuk dikaji, terutama jika dilihat dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah yang menekankan prinsip keadilan, kerelaan kedua belah pihak, dan larangan adanya unsur eksploitasi dalam transaksi.¹⁰ Perbedaan strategi tarif yang digunakan oleh Gojek, Grab, dan inDrive membuka peluang untuk menganalisis apakah mekanisme penetapan harga tersebut telah mencerminkan prinsip-prinsip syariah atau justru berpotensi merugikan salah satu pihak dalam akad antara penumpang dan penyedia layanan.

Persaingan harga antara aplikasi ojek *online* di Indonesia merupakan salah satu dinamika utama yang muncul seiring berkembangnya layanan transportasi berbasis digital. Ketika jumlah pengguna semakin meningkat dan kebutuhan masyarakat akan transportasi cepat juga semakin tinggi, masing-masing aplikasi berupaya menarik sebanyak mungkin pelanggan melalui strategi harga

⁸ “Persaingan Tarif Transportasi Online,” *Jurnal Ekonomi Digital* (2022).

⁹ Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, *Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 348 Tahun 2019 tentang Tarif Ojek Online*.

¹⁰ Andi Fahmi Lubis dkk., *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks* (Jakarta: KPPU, 2017), h. 112–118.

yang kompetitif. Gojek, Grab, dan inDrive sebagai tiga aplikasi yang paling banyak digunakan memiliki pendekatan yang berbeda dalam menentukan tarif, dan perbedaan inilah yang memunculkan fenomena persaingan harga.¹¹

Gojek dan Grab pada dasarnya menggunakan sistem tarif berbasis algoritma, di mana ditentukan oleh jarak, kondisi perjalanan dan waktu pemesanan. Keduanya juga menetapkan tarif minimum dan maksimum, sehingga kisaran harga bagi pengguna maupun driver relatif stabil. Dalam kondisi tertentu, seperti jam sibuk atau cuaca buruk, tarif dapat meningkat melalui mekanisme *dynamic pricing* atau tarif naik sementara. Meski demikian, Gojek dan Grab sering menggunakan promo atau potongan harga untuk menarik pelanggan, terutama pada wilayah atau jam yang tingkat persaingannya tinggi. Strategi promosi ini sering menjadi penyebab pelanggan berpindah aplikasi hanya karena harga yang lebih murah pada saat tertentu.

Di sisi lain, inDrive menerapkan sistem *Real-Time Deals*, yaitu mekanisme penentuan tarif yang memungkinkan penumpang mengajukan harga dan pengemudi menerima, menolak, atau menawar kembali. Sistem ini membuat tarif inDrive lebih fleksibel dan sering kali lebih murah dibandingkan Gojek dan Grab, sehingga menjadikannya pesaing kuat dalam layanan ojek *online*.

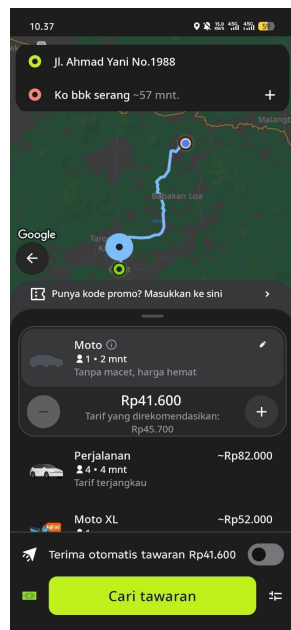
Perbedaan mekanisme tarif tersebut memunculkan bentuk persaingan harga yang cukup ketat di lapangan. Pengguna akan memilih aplikasi yang memberikan harga paling murah untuk rute tertentu, sedangkan driver cenderung memilih aplikasi yang memberikan hasil bersih lebih tinggi setelah potongan biaya platform. Situasi ini sering membuat tarif antara ketiga aplikasi tidak stabil, berubah-ubah, dan terkadang memicu ketidakpuasan baik dari sisi driver maupun pengguna.

Persaingan harga ini juga menimbulkan kemiripan dengan *predatory pricing* atau persaingan harga, di mana aplikasi berlomba-lomba memberikan harga yang lebih murah daripada pesaingnya. Hal ini jelas saat Gojek dan Grab sama-sama memberikan diskon besar pada periode tertentu, sementara inDrive

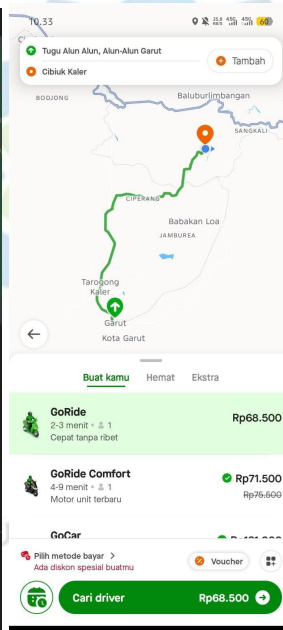
¹¹ Riza Fathoni, "Dinamika Persaingan Usaha pada Transportasi Online di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Pembangunan* Vol. 49, No. 3 (2019), h. 456.

menawarkan harga yang terlihat lebih ekonomis. Persaingan harga ini memang menguntungkan pengguna dalam jangka pendek, tetapi dapat menimbulkan risiko ketidakstabilan pendapatan driver.

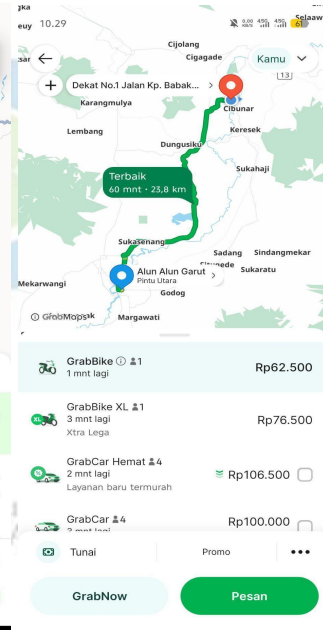
Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, harga harus ditetapkan secara adil, tidak merugikan salah satu pihak, dan dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*an taradhin minkum*). Oleh karena itu, persaingan harga yang terlalu ketat atau bahkan tidak seimbang antara aplikasi dapat menjadi isu penting untuk dikaji, karena berpotensi menimbulkan ketidakadilan, baik bagi penumpang maupun bagi driver. Berikut adalah contoh perbedaan harga tarif di aplikasi Gojek, Grab, dan inDrive:



Gambar 1.1
Harga Tarif InDrive



Gambar 1.2
Harga Tarif Gojek



Gambar 1.3
Harga Tarif Grab

Dari gambar di atas skema tarif yang menunjukkan inDrive Rp41.600, Gojek Rp68.500, dan Grab Rp62.500 memang dapat dikatakan mirip dengan *predatory pricing*, meskipun belum tentu memenuhi seluruh unsur secara hukum. Kemiripan tersebut terlihat dari pola penetapan harga yang menunjukkan bahwa satu aplikasi, yaitu inDrive, menawarkan tarif yang secara signifikan lebih rendah dibandingkan dua pesaing utamanya. Dalam teori *predatory pricing*, perusahaan menurunkan harga lebih murah dari pesaing

untuk menarik konsumen dalam jumlah besar, sehingga tidak mampu bersaing. Pada kasus ini, InDrive terlihat jauh lebih murah daripada Gojek dan Grab. Perbedaan selisih harga yang cukup besar ini membuat konsumen lebih cenderung memilih tarif termurah, sehingga secara praktis menciptakan tekanan kompetitif yang kuat terhadap dua aplikasi lainnya. Pola inilah yang menyerupai strategi *predatory pricing*.¹²

Kemiripannya juga tampak dari dampak pasar yang mungkin terjadi. Harga yang jauh lebih rendah dapat mempengaruhi stabilitas ekosistem transportasi online. Jika inDrive terus mempertahankan harga yang lebih rendah, Gojek dan Grab dapat kehilangan sebagian pengguna, sementara driver yang bekerja di aplikasi termurah berpotensi menerima pendapatan yang lebih rendah. Dalam jangka panjang, kondisi seperti ini dapat menciptakan ketidakseimbangan pasar, yang sebenarnya merupakan dampak umum dari praktik *predatory pricing*.

Meskipun belum dapat dikatakan sebagai *predatory pricing* secara hukum karena belum terbukti adanya niat untuk menyingkirkan pesaing atau adanya harga di bawah biaya operasional tetap menunjukkan ciri-ciri persaingan harga yang agresif dan tidak seimbang. Inilah yang membuat pola tersebut mirip dengan *predatory pricing*.

Dalam Hukum Ekonomi Syariah, layanan ojek *online* seperti Grab, Gojek, ataupun inDrive pada dasarnya menggunakan akad *ijarah*, yaitu akad pemindahan manfaat jasa dengan imbalan tertentu. Dalam akad *ijarah*, seluruh unsur transaksi wajib dijelaskan sejak awal, meliputi manfaat jasa yang diberikan (*manfa'ah*), durasi atau waktu pelaksanaan, serta harga atau upah (*ujrah*). Ketiga hal ini menjadi unsur esensial (rukun dan syarat) agar akad *ijarah* dinilai sah secara syariah. Ketentuan ini telah dijelaskan dalam *Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah*, yang menegaskan bahwa objek *ijarah* harus jelas, manfaat jasa harus terukur, dan

¹² A. Xavier, "Fenomena Predatory Pricing dalam Persaingan Usaha di E-Commerce (Studi Kasus Penetapan Tarif Antara InDriver dan Gojek)," *Jurnal Ilmu Hukum/JIWP* (2023).

imbalan (*ujrah*) harus diketahui secara pasti tanpa adanya ketidakjelasan.¹³

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, pelaksanaan akad *ijarah* juga wajib mematuhi prinsip-prinsip syariah, khususnya larangan adanya unsur *gharar*, *maysir*, dan *riba*. *Gharar* merujuk pada ketidakjelasan dalam objek akad, termasuk ketidakjelasan tarif, ketidakpastian manfaat, atau perubahan harga sepihak yang merugikan salah satu pihak. Jika sebuah platform ojek *online* menetapkan harga yang berubah secara tidak wajar atau tidak transparan sehingga pengguna tidak mengetahui biaya sebenarnya sebelum akad disepakati, maka praktik tersebut berpotensi termasuk dalam kategori *gharar* yang dilarang oleh syariah.¹⁴ Sementara itu, unsur *maysir* muncul apabila terdapat spekulasi yang merugikan salah satu pihak atau permainan harga yang tidak rasional, termasuk skema tarif yang bisa menguntungkan sementara namun secara struktur merugikan secara tidak adil. Adapun *riba* dapat muncul apabila transaksi mengandung tambahan yang tidak sah atau memunculkan bunga meskipun pada layanan ojek *online* biasanya unsur ini relatif kecil kemungkinannya, kecuali terkait mekanisme pembayaran yang mengandung bunga jika menggunakan instrumen kredit konvensional.

Jasa ojek *online* menjalankan akad *ijarah* dengan unsur harga yang jelas, kesepakatan yang transparan, dan tidak mengandung spekulasi merugikan, maka praktik tersebut dinilai sesuai syariah. Namun jika platform menerapkan strategi harga yang tidak wajar, sangat murah, atau tidak konsisten sehingga menimbulkan ketidakjelasan dan merugikan pihak lain, maka hal tersebut dapat bertentangan dengan prinsip dasar dalam akad *ijarah* serta nilai-nilai *muamalah* yang menjunjung keadilan dan menghindari praktik manipulatif.

Selain itu, persaingan harga dalam layanan ojek *online* juga berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Regulasi ini mengatur bagaimana harga harus ditetapkan secara wajar dan tidak merugikan pasar.

¹³ Dewan Syariah Nasional-MUI, *Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah*, bagian Ketentuan Umum.

¹⁴ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 5 (Damaskus: Dar al-Fikr).

Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa: “*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.*” Ketentuan ini menunjukkan bahwa setiap bentuk kesepakatan terselubung atau mekanisme yang menyebabkan harga menjadi tidak kompetitif merupakan pelanggaran hukum.

Sementara itu, Pasal 7 berbunyi: “*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.*” Pasal ini menjadi dasar larangan praktik *predatory pricing*, yaitu strategi penetapan harga sangat rendah untuk melemahkan atau menyingkirkan pesaing dari pasar. Dalam konteks perbedaan tarif antara Gojek, Grab, dan inDrive, dinamika persaingan harga tersebut tidak hanya merupakan fenomena ekonomi digital, tetapi juga harus dikaji dalam kerangka hukum persaingan usaha agar tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat.

Tujuan penelitian berjudul “***Persaingan Harga Dalam Penetapan Tarif Pada Aplikasi Ojek Online Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Tentang Larangan Praktik Monopoli***” ini adalah untuk mengetahui bagaimana hukum persaingan harga dalam penetapan tarif pada ojek online, apakah mekanisme tersebut termasuk ke dalam *predatory pricing*, apakah berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, serta apakah telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Melalui penelitian ini diharapkan muncul pemahaman yang komprehensif mengenai praktik persaingan harga antara Gojek, Grab, dan inDrive, termasuk bagaimana model tarif ketiga aplikasi tersebut berdampak pada keadilan transaksi, dan keseimbangan manfaat.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persaingan harga dalam penetapan tarif pada aplikasi ojek *online* termasuk *predatory pricing*?

2. Bagaimana analisis Undang-Undang No 5 Tahun 1999 terhadap Persaingan Harga dalam Penetapan Tarif pada Aplikasi Ojek *Online*?
3. Bagaimana Tinjauan hukum Ekonomi Syariah terhadap Persaingan Harga dalam Penetapan Tarif pada Aplikasi Ojek *Online*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah persaingan harga dalam penetapan tarif pada aplikasi ojek *online* (Gojek, Grab, dan inDrive) termasuk dalam praktik *predatory pricing*.
2. Untuk menganalisis persaingan harga dalam penetapan tarif ojek *online* berdasarkan Undang–Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
3. Untuk mengkaji persaingan harga pada aplikasi ojek *online* dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, khususnya terkait akad ijarah, keadilan harga, dan prinsip-prinsip muamalah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian hukum ekonomi syariah terkait praktik ekonomi digital.
2. Manfaat Praktis: Menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat muslim dalam memilih layanan transportasi *online* yang sesuai dengan prinsip syariah serta menjadi masukan bagi penyedia layanan dalam meningkatkan kepatuhan syariah dalam operasionalnya.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang penelitian secara komprehensif, penulis menelaah beberapa karya terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Berikut sejumlah penelitian dengan tema yang sejalan:

1. Gilan Priana (2020), Dalam skripsinya yang berjudul "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembayaran Jasa Transportasi Online Go-Jek dengan Menggunakan Uang Elektronik Go-Pay di Kota Cirebon*", Gilan

menganalisis sistem pembayaran non-tunai pada layanan Go-Jek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa pembayaran menggunakan Go-Pay dapat dikategorikan sebagai akad *Ijarah al-Maushufah fi al-Dzimmah*, yang sah menurut hukum ekonomi syariah selama memenuhi rukun dan syarat *ijarah*.

2. Ika Rakhmawati (2020), Skripsi berjudul "*Analisis Hukum Islam terhadap Tambahan Tarif Taksi Online pada PT. Grab Indonesia (Studi Kasus: Driver GrabCar di Wilayah Ciledug, Tangerang)*" ini meneliti praktik penambahan tarif oleh driver GrabCar. Jadi praktik tambahan tarif taksi Online pada GrabCar tidak memenuhi rukun dan syarat *Ijarah*, dan tidak sesuai dengan ketentuan terkait *Ijarah* yaitu kuantitas dan/atau kualitas *Ujrah* harus jelas, baik berupa angka nominal, persentase tertentu, atau rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak yang melakukan akad. Karena dalam praktiknya tambahan tarif yang dilakukan oleh pihak driver telah membuat pihak penumpang terpaksa membayar lebih dari tarif yang telah tertera di dalam aplikasi GrabCar. Kerelaan dalam rukun dan syarat pada akad *ijarah* sangatlah penting. Batalnya akad *ijarah* yang telah dilakukan oleh pihak driver diikutsertakan dengan adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pihak driver Grab terhadap kode etik yang telah diterapkan oleh pihak PT. Grab Indonesia yang telah disepakati di awal sebelum pihak driver menjadi mitra di PT. Grab Indonesia.
3. Waluyo Sudarmaji (2020) dalam artikelnya "*Tinjauan Hukum Islam terhadap Perbedaan Pembayaran Upah Jasa GrabBike secara Tunai dan Non Tunai*" meneliti perbedaan tarif antara pembayaran tunai dan non-tunai pada layanan GrabBike dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kesesuaian mekanisme pembayaran tersebut dengan prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya terkait konsep upah (*ujrah*). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perbedaan tarif diperbolehkan dalam hukum Islam selama ditetapkan secara jelas, disepakati oleh para pihak, dan tidak mengandung unsur

penipuan. Namun demikian, dalam praktik di lapangan ditemukan adanya oknum pengemudi yang menambah tarif secara sepihak di luar ketentuan yang telah ditetapkan dalam aplikasi. Praktik tersebut dinilai bertentangan dengan prinsip kerelaan (*an-taradin*) dan keadilan dalam transaksi muamalah, karena dapat merugikan penumpang dan menyalahi kesepakatan awal yang telah ditentukan dalam sistem aplikasi.

4. Rafika Sari dan Nila Sastrawati (2021) dalam jurnal "*Sistem Kemitraan Perusahaan Transportasi Online Grab dalam Perspektif Hukum Islam*" menganalisis hubungan kemitraan antara perusahaan Grab dan mitra pengemudi dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola kemitraan tersebut dapat dikategorikan sebagai akad *syirkah* yang sah menurut hukum Islam selama memenuhi prinsip keadilan dan transparansi. Namun demikian, banyaknya jumlah mitra pengemudi menyebabkan persaingan antar driver semakin ketat, sehingga berdampak pada menurunnya peluang memperoleh penumpang dan berkurangnya upah yang diterima. Kondisi ini dinilai cenderung lebih menguntungkan perusahaan dibandingkan mitra pengemudi. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa hubungan antara perusahaan dan pengemudi merupakan perikatan terbuka, bukan hubungan kerja sebagaimana dalam kontrak ketenagakerjaan, karena perusahaan tidak memaksa pengemudi untuk mengikuti kebijakan yang berlaku dan memberikan kebebasan bagi mitra untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan. Dalam perspektif hukum Islam, kondisi tersebut tetap harus memperhatikan nilai keadilan dan persamaan agar tidak menimbulkan ketimpangan dalam hubungan kemitraan.
5. Luluk Sukmawati (2019), Skripsi berjudul "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Hubungan Kerja antara Driver Ojek Online dengan PT. Gojek Indonesia (Studi Kasus di PT. Gojek Cabang Semarang)*" ini meneliti hubungan kerja antara driver dan perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis, penelitian ini menemukan bahwa hubungan tersebut dapat dikategorikan sebagai akad *syirkah inan*,

yang sah menurut hukum ekonomi syariah selama memenuhi rukun dan syarat syirkah. Dalam sistem bagi hasil ini jelas di awal kesepakatan menggunakan kontrak kerjasama elektronik yang disetujui oleh kedua belah pihak. Sehingga dengan adanya kontrak kerjasama di awal kesepakatan kerjasama ini kedua belah pihak jelas dan tidak keliru dalam menjalankan kerjasama. Sehingga dengan adanya kejelasan di awal kerjasama dapat mengurangi terjadinya kecurangan dalam bekerjasama antar pihak. Sistem bagi hasil disini berdasarkan persentase 20 % untuk perusahaan Gojek dan 80 % untuk driver.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 1.1 Studi Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Gilan Priana (2020)	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembayaran Jasa Transportasi <i>Online</i> Go-Jek dengan Menggunakan Uang Elektronik Go-Pay di Kota Cirebon	Membahas tentang transportasi <i>online</i> dalam perspektif hukum ekonomi syariah	Peneliti fokus pada persaingan harga pada aplikasi ojek <i>online</i>
2	Ika Rakhmawati (2020)	Analisis Hukum Islam terhadap Tambahan Tarif Taksi <i>Online</i> pada	Membahas tentang tarif ojek <i>online</i> dan akad ijarah	Peneliti fokus pada analisis undang-undang tentang

		PT. Grab Indonesia (Studi Kasus: Driver GrabCar di Wilayah Ciledug, Tangerang)		larangan praktik monopoli
3	Waluyo Sudarmaji (2020)	Tinjauan Hukum Islam terhadap Perbedaan Pembayaran Upah Jasa GrabBike secara Tunai dan Non Tunai	Membahas tentang tarif dan kesesuaian dengan ujah dalam syariah	Peneliti fokus pada adanya indikasi predatory pricing
4	Rafika & Nila (2021)	Sistem Kemitraan Perusahaan Transportasi <i>Online</i> Grab dalam Perspektif Hukum Islam	Membahas tentang layanan di aplikasi ojek <i>online</i> dalam perspektif hukum Islam	Peneliti fokus membahas predatory pricing secara umum di berbagai aplikasi ojek <i>online</i>
5	Luluk Sukmawati (2019)	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Hubungan Kerja antara Driver Ojek <i>Online</i> dengan PT. Gojek	Membahas tentang hubungan ojek <i>online</i> dan prinsip syariah	Peneliti fokus pada analisis persaingan harga dalam hukum ekonomi syariah secara

		Indonesia (Studi Kasus di PT. Gojek Cabang Semarang)		luas
--	--	--	--	------

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu sebagaimana tercantum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa kajian mengenai ojek *online* umumnya berfokus pada aspek persaingan usaha, kebijakan pemerintah, serta dampak sosial dan ekonomi bagi pengemudi dan pengguna jasa. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih menitikberatkan pada pendekatan hukum positif dan belum mengkaji secara mendalam praktik persaingan harga ojek *online* dari perspektif hukum ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan karena menganalisis fenomena persaingan harga ojek online dengan mengaitkannya pada prinsip hukum ekonomi syariah.

F. Kerangka Berpikir

Fenomena persaingan usaha pada platform ojek *online*, khususnya terkait penetapan tarif yang berbeda antara satu aplikasi dengan aplikasi lainnya. Dalam konteks bisnis modern, persaingan usaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari, terlebih dengan munculnya berbagai perusahaan transportasi online seperti inDrive, Gojek, dan Grab. Masing-masing platform memiliki strategi harga yang berbeda-beda, mulai dari tarif yang ditentukan algoritma hingga fitur yang memberikan tarif lebih murah. Persaingan harga semacam ini dapat menjadi sehat apabila mendorong inovasi dan memberikan manfaat bagi konsumen, namun dapat pula berpotensi menimbulkan persaingan tidak sehat apabila salah satu pelaku usaha menetapkan harga yang terlalu rendah sehingga merugikan pesaing, yang kemudian mengarah pada praktik *predatory pricing*.¹⁵

Dari fenomena persaingan tersebut, penelitian ini menyoroti bagaimana mekanisme penetapan harga dilakukan oleh setiap aplikasi. Penetapan harga

¹⁵ T. Nurcahyawan, *Predatory Pricing in the Online Transportation Platforms*, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 439 (2020).

merupakan faktor penting dalam transaksi karena menjadi dasar kesepakatan antara driver dan konsumen. Pada aplikasi tertentu, harga ditentukan oleh sistem secara otomatis berdasarkan jarak, waktu, dan kondisi permintaan, sedangkan di aplikasi lain seperti inDrive, pengguna dapat menetapkan harga sendiri lalu dinegosiasikan dengan driver. Perbedaan mekanisme penetapan tarif ini menimbulkan variasi harga yang cukup signifikan, sehingga memunculkan pertanyaan apakah variasi tersebut merupakan strategi bisnis yang wajar atau justru mengarah pada praktik persaingan yang tidak sehat, terutama ketika salah satu aplikasi menawarkan harga jauh di bawah rata-rata pasar.

Untuk menilai apakah praktik persaingan harga, termasuk potensi *predatory pricing*, sejalan dengan prinsip muamalah, diperlukan dasar-dasar syariah yang secara tegas mengatur keadilan, transparansi, serta larangan mengambil keuntungan dengan cara yang batil. Oleh karena itu, berikut beberapa ayat Al-Qur'an, Hadits, serta *Ijma* para ulama yang menjadi dalil dalam penelitian saya ini, Allah SWT. berfirman dalam QS. An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha Penyayang kepadamu".

Ayat di atas menegaskan larangan mengambil keuntungan dengan cara merugikan pihak lain. Dalam konteks persaingan harga ojek *online*, praktik seperti *predatory pricing*, manipulasi tarif, atau strategi yang memaksa pesaing hingga tidak mampu bertahan termasuk kategori "batil". Ayat ini juga menekankan prinsip kerelaan (*tarâdhin*) dalam transaksi, yang menjadi dasar akad *ijarah*. Artinya tarif dan mekanisme harga harus jelas, adil, dan tidak menipu baik bagi pengguna maupun driver.

Dalam konteks akad *ijarah*, dasar hukumnya juga diperkuat oleh beberapa hadits Nabi SAW. Di antaranya adalah sabda Rasulullah:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

“Berikanlah upah pekerja sebelum kering keringatnya” (HR. Ibnu Majah).

Hadits di atas menegaskan pentingnya kejelasan dan ketepatan dalam pembayaran *ujrah*, sehingga tidak boleh ada pengurangan atau penundaan yang dapat merugikan salah satu pihak. Selain itu, terdapat pula hadits riwayat Muslim yang menyatakan bahwa Rasulullah melarang semua bentuk transaksi yang mengandung unsur *gharar*. Larangan ini berlaku pula pada akad *ijarah*, sebab ketidakjelasan tarif, manfaat jasa, maupun mekanisme pembayaran dapat menimbulkan ketidakadilan dan menyalahi prinsip muamalah.

Adapun mengenai status hukumnya, para ulama telah ber'ijma' bahwa akad *ijarah* adalah akad yang diperbolehkan selama manfaat yang diberikan jelas dan upah yang disepakati juga jelas serta tidak terdapat unsur *gharar*, *riba*, ataupun *maysir* di dalamnya. Kesepakatan ini menjadi landasan kuat bahwa setiap praktik jasa, termasuk layanan ojek *online*, harus memenuhi prinsip kejelasan, keadilan, dan kerelaan antara kedua belah pihak.

Dalam hukum ekonomi syariah, setiap transaksi muamalah, termasuk akad *ijarah* pada layanan ojek *online*, harus memenuhi prinsip-prinsip dasar yang menjaga keadilan, transparansi, dan terhindar dari praktik yang merugikan salah satu pihak. Prinsip syariah yang paling fundamental adalah larangan adanya *gharar*, yaitu ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam akad. Dalam konteks ojek *online*, ketidakjelasan tarif, perubahan biaya secara tiba-tiba, ataupun adanya perang harga yang membuat pengguna ataupun driver tidak memahami standar penetapan tarif, termasuk bagian dari bentuk *gharar* yang harus dihindari.

Selain *gharar*, syariah juga melarang adanya unsur *maysir* atau praktik spekulatif yang merugikan salah satu pihak. Persaingan harga yang terlalu agresif, seperti banting harga yang tidak wajar demi merebut pasar, dapat

mendekati praktik yang bersifat spekulatif karena menimbulkan ketidakstabilan pendapatan driver dan berpotensi mengecoh pengguna dengan tarif murah yang tidak bertahan lama. Praktik seperti ini tidak mencerminkan prinsip keseimbangan dan keadilan yang menjadi dasar dalam muamalah. Syariah menghendaki agar setiap pihak mendapatkan manfaat yang proporsional, bukan salah satu pihak diuntungkan sementara pihak lain dirugikan karena kompetisi yang tidak sehat.

Prinsip lain yang juga menjadi pijakan penting adalah larangan riba. Dalam akad *ijarah* pada jasa transportasi online, riba biasanya tidak muncul secara langsung, namun potensi pelanggaran dapat terjadi apabila ada skema yang menghasilkan tambahan biaya tidak wajar, penalti berlebih, ataupun sistem potongan yang memberatkan driver. Ketika perusahaan menggunakan mekanisme tarif atau insentif yang mengandung unsur eksploitasi, hal tersebut bertentangan dengan prinsip syariah meskipun tidak berbentuk riba secara eksplisit. Karena itu, seluruh mekanisme penetapan tarif harus memastikan tidak adanya tambahan-tambahan yang menzalimi salah satu pihak.¹⁶

Sementara itu, prinsip *'adalah* (keadilan) menjadi ruh utama dalam penerapan akad *ijarah* pada jasa ojek *online*. Keadilan mencakup kejelasan upah, kejelasan manfaat, transparansi mekanisme perhitungan tarif, serta perlakuan yang tidak memihak antara perusahaan, driver, dan pengguna. Ketika tarif Indriver jauh lebih rendah dibanding Gojek dan Grab sehingga menimbulkan persaingan tidak seimbang, maka keadilan antar pihak dapat terganggu, karena penetapan harga yang terlalu rendah berpotensi menurunkan standar pasar dan merugikan driver. Syariah menekankan transaksi yang saling menguntungkan (*mutual benefit*), bukan transaksi yang mendorong praktik *predatory pricing* atau kompetisi yang menekan salah satu pihak.

Oleh karena itu, prinsip-prinsip syariah memberikan kerangka berpikir bahwa persaingan harga dalam penetapan tarif ojek *online* tidak hanya harus sesuai hukum positif, tetapi juga harus memenuhi nilai-nilai keadilan,

¹⁶ Kompas/HukumOnline, "KPPU Selidiki Dugaan Predatory Pricing Ojek Online", HukumOnline, 4 Maret 2019.

kejelasan, keterbukaan, dan terhindar dari *gharar*, *maysir*, dan *riba*. Semua prinsip ini menjadi indikator apakah praktik persaingan harga antar aplikasi seperti Grab, Gojek, dan Indriver berjalan sesuai kaidah muamalah atau justru berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam akad *ijarah*.

