

Analisis Dampak Penerapan Harga Baru Gojek Bagi Mitra Pengemudi Roda Dua Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Palembang (Studi Kasus Komunitas Gojek Sematang Borang Sako Kalidoni (SBSK))

Jerri Saputra, Choiriyah, Havis Aravik

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: jerrysa304@gmail.com, choi @stebisigm.ac.id, havis@stebisigm.ac.id

Abstract

This research was conducted to raise a problem in the imposition of new tariffs in accordance with the regulations in effect in the Minister of Transportation Decree No. KP 564 of 2022. This new tariff increase is an action that can bring down services in online transportation which has an impact on reducing consumer interest in using go-jek services. The purpose of this study is to determine the impact of the new tariff increase and to see the Islamic view of the new tariff increase imposed by the government on the go-jek application.online. The type of research in this research is qualitative descriptive and field research. The results of this study, with the new price increase on gojek, are felt by the peopledriver gojekonline especially in the SBSK Community which greatly affects the level of income and the number of orders, and there are alsodriver gojekonline who do not really feel the impact of implementing the new price set by the government. In the view of Islam, fixing prices on gojek is permissible as long as it does not result in injustice to the ridersdriver and the applicator must act fairly and transparently on partners. That Islam allows the government to intervene in prices, Islamic economic views with the implementation of the new go-jek price if we look at the go-jek side of the action taken by the minister of transportation for the welfare of thedriver, due to an increase in fuel prices.

Keywords: Gojek, Prices, Economy, Islam.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengangkat suatu permasalahan dalam pemberlakuan tarif baru sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam keputusan menteri perhubungan Nomor KP 564 Tahun 2022. kenaikan tarif baru ini merupakan tindakan yang dapat menjatuhkan layanan dalam transportasi online yang berdampak berkurangnya minat konsumen untuk menggunakan layanan jasa gojek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari kenaikan tarif baru dan untuk melihat pandangan Islam dengan adanya kenaikan tarif baru yang di berlakukan oleh pemerintah kepada pihak aplikasi gojek online. Jenis penelitian dalam penelitian ini kualitatif yang bersifat deskriptif dan penelitian lapangan. Hasil penelitian ini, dengan adanya kenaikan harga baru pada gojek sangat dirasakan para driver gojek online terkhusus pada Komunitas

SBSK yang sangat mempengaruhi tingkat pendapatan dan jumlah orderan, dan ada juga driver gojek online yang tidak begitu merasakan dampak dari penerapan harga baru yang ditetapkan oleh pemerintah. Dalam pandangan Islam penetapan harga pada gojek diperbolehkan asalkan tidak mengakibatkan kezaliman terhadap para driver dan pihak aplikasi harus berlaku adil dan transparan atas mitra. Bahwa Islam memperbolehkan pemerintah untuk melakukan intervensi harga, Pandangan ekonomi Islam dengan adanya penerapan harga baru gojek jika kita lihat dari sisi gojek tindakan yang dilakukan oleh pihak menteri perhubungan itu untuk mensejahterakan para driver, dikarenakan adanya kenaikan harga BBM.

Kata Kunci: *Gojek, Harga, Ekonomi, Islam.*

Pendahuluan

Teknologi informasi sekarang ini mempunyai pengaruh yang sangat maju dalam kehidupan masyarakat (Naibaho, 2017). Dengan adanya Smartphone menjadikan alat yang sangat berguna dan sebagai alat yang bisa membantu mendapatkan penghasilan. Di era teknologi informasi yang semakin maju banyaknya aplikasi yang menawarkan jasa transportasi *online*, Ojek *online* sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena proses pemesanan yang mudah, dan transparan, aman serta mudah ditemukan. Ojek *online* tidak hanya mengangkut orang atau barang namun juga dapat dimanfaatkan untuk memesan makanan untuk memudahkan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari (Ferdila & Us, 2021).

Gojek atau yang memiliki nama lain PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek dan mobil secara *online*. Kemunculan Gojek memberikan dampak sosial dalam kehidupan masyarakat luas dengan memberikan lapangan kerja untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat (Fakhriyah, 2020). Gojek memberlakukan tarif baru sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam keputusan menteri perhubungan Nomor KP 564 Tahun 2022. Pada saat ini dunia *driver* sedang di arahkan pada kenaikan tarif dan ini merupakan tanggung jawab gojek untuk mendukung kesejahteraan pengemudi ojek *online* setelah penetapan kenaikan harga BBM oleh pemerintah beberapa waktu lalu.

Berlakunya tarif baru menyebabkan mitra pengemudi roda dua terkhususnya komunitas SBSK mengalami kerugian karena sulit untuk mendapatkan konsumen. Tujuan kenaikan tarif baru ini dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan mitra pengemudi justru menimbulkan kesulitan bagi mitra. Kenaikan tarif baru pada gojek dapat dilihat dari perspektif Islam sebab yang dilakukan oleh perusahaan gojek terlalu cepat untuk menanggapi kenaikan tarif yang diterapkan oleh pemerintah, seharusnya pihak gojek lebih memahami dunia perojolan, agar tidak menimbulkan perbuatan merugikan bagi mitra pengemudi, jika tarif diatas batas kewajaran maka hukumnya dilarang dalam Islam karena telah berbuat zalim kepada seseorang.

Peneliti mengambil judul ini karena adanya kenaikan tarif baru yang

ditetapkan oleh menteri perhubungan, yang disebabkan karena kenaikan BBM. Tetapi dengan adanya kenaikan tarif baru pada gojek menyebabkan turunnya pendapatan dan sulitnya untuk mendapatkan konsumen, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini dalam penelitian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa yang menyebabkan tarif gojek mengalami kenaikan dan untuk mengetahui dampak dari kenaikan tarif baru pada *driver* gojek terkhusus untuk para *driver* yang tergabung dalam komunitas SBSK (Sematang Borang Sako Kalidoni) dan untuk melihat pandangan Islam dengan adanya kenaikan tarif baru yang di berlakukan oleh pemerintah kepada pihak aplikasi ojek *online* terutama pada aplikasi gojek *online*.

Tinjauan Pustaka

1. Teori Harga

Menurut Sunyoto, (2019) harga yaitu uang yang dibebankan pada konsumen yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Untuk menentukan penetapan harga pada suatu perusahaan harus mengetahui siapa yang akan menjadi target pasar yang akan dituju. Harga memberikan kemudahan dalam menentukan suatu hal, baik dalam bidang transportasi maupun lainnya, dengan adanya tarif dapat menimbulkan kurangnya keadilan dalam menentukan harga (Hariani, dkk, 2020).

Harga dapat menjadi faktor yang harus dikendalikan perusahaan secara selaras dengan tujuan ingin mencapai sebuah kepemilikan dari perusahaan, harga dapat mempengaruhi aspek kegiatan baik menyangkut penjualan maupun aspek keuntungan (Nasution, 2019), dengan adanya harga dapat menjadi nilai tukar bagi seseorang. Ada lima indikator harga menurut Meithiana, (2019) yaitu sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
- c. Daya Saing Harga
- d. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat
- e. Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan

Dalam pandangan Imam Al-Ghazali harga selalu mengaitkan dengan keuntungan, keuntungan akhirat yang seharusnya menjadi tujuan utama (Aravik, 2016). Karena jika selalu menuntut keuntungan besar akan menjadi manusia lalai akan kewajiban yang telah di tetapkan oleh Allah Swt (Sari, 2021). Islam sangat menegakkan keadilan disetiap persoalan termasuk juga dalam penentuan harga, harga yang adil dalam Islam yaitu *si'r al mithl*, *thaman al mithl* dan *qiman al adl*. Harga dalam pandangan Islam yaitu yang tidak menimbulkan kezaliman kepada seseorang sehingga tidak merugikan seseorang.

Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan seseorang, sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga hanya barang-barang sekunder (Muslimin et

al, 2020). Adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga adalah surat An-Nisa [4] ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَهُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْتُمْ تَجَارَةٌ عَنْتَرَضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa [4] Ayat 29).

2. Gojek

Gojek merupakan sebuah perusahaan yang melayani angkutan jasa *online*, melalui jasa ojek, gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia. Selain di Indonesia layanan Gojek sudah tersedia di Vietnam dan Singapura. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010, oleh Nadiem Makarim. Gojek merupakan pelopor ojek *online* terbesar di Indonesia, perusahaan ini bergerak di bidang transportasi *online* sebagai perantara antara *customer* dan pengemudi (Riswanto Tumuwe, 2018).

Gojek menyediakan layanan transportasi terbesar di Indonesia dengan jutaan mitra driver yang sudah bergabung, dan gojek juga memberikan perlindungan keselamatan berkendara melalui asuransi kesehatan bagi mitra yang bergabung. Melalui bidang teknologi, gojek sangat membantu masyarakat yang sulit untuk mendapatkan pekerjaan (Fakhriyah, 2020). Oleh karena itu aplikasi gojek banyak diminati oleh seseorang dan berkembang sangat pesat bahkan dalam kurun waktu lebih dari tiga tahun aplikasi gojek hampir menguasai wilayah Indonesia.

Gojek merupakan aplikasi e-commerce yang diperbolehkan dalam Islam, selagi tidak adanya unsur yang mengandung kezaliman, penipuan, riba, dan kecurangan. Gojek dalam pandangan Islam diperbolehkan, karena gojek membantu menaikkan taraf hidup masyarakat yang membutuhkan pekerjaan dan tidak memandang usia dan pendidikan, dalam Islam suatu hal yang mengandung tolong menolong sangat dianjurkan. Menurut fiqih ekonomi kerjasama yang dilakukan oleh gojek dan *driver* gojek termasuk kedalam akad *ijarah ad-Dzimah* yaitu akad yang menyewakan jasa kepada pihak driver untuk mendapatkan pendapatan (Surya & Zainuddin, 2019). Pada hadits Ibnu Umar :

وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً، فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ بِهَا كُرْبَةً مِنْ كُرْبٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

"Barangsiapa yang mengangkat kesulitan seorang muslim, maka Allah akan mengangkat kesulitannya pada hari kiamat kelak." (HR. Bukhari dan Muslim)

Gojek juga dapat disebut ikut andil dalam mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia. Hal ini tentu saja dapat membantu perekonomian suatu negara dan berkurangnya pengangguran yang ada di masyarakat. Sebagaimana di dalam Islam yang tertuang pada surah al-Maidah ayat 2:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِلْمِ وَالْغَدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan

jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.” (Q.S Al-Maidah ayat 2).

3. Mitra

Kemitraan menurut UU No 9 tahun 1995 merupakan bentuk kerjasama usaha yang saling terkait baik langsung maupun tidak langsung di antara unsur yang bermitra. Kemitraan juga dapat membangun hubungan silaturahmi yang baik dan menambah persaudaraan, jadi kemitraan ini merupakan kerja sama yang saling menguntungkan bagi mitra maupun perusahaan provider (Sarwoko, 2021). Etika yang harus dibangun dalam kemitraan yaitu kejujuran, integritas, kepercayaan, komunikasi yang baik, memiliki Keadilan dan Tanggung Jawab. Ada lima pola kemitraan yang terdiri dari: (Wati, 2014)

- a. Kemitraan Inti-plasma, yaitu pola hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan inti.
- b. Kemitraan Sub-kontrak, yaitu hubungan kemitraan dimana mitra memproduksi komponen yang diperlukan oleh perusahaan mitra.
- c. Kemitraan Keagenan, yaitu hubungan kemitraan dimana kelompok mitra diberi hak khusus untuk memasarkan produk.
- d. Kemitraan Kerjasama Operasional, yaitu hubungan bisnis yang dijalankan oleh kelompok mitra dan perusahaan.
- e. Kemitraan Dagang Umum, yaitu hubungan kemitraan dimana perusahaan mitra membantu memasarkan produk dari usaha kecil.

Pasal 1 angka 13 UU No. 20 Tahun 2008 dan Pasal 104 ayat (2) PP No. 7 Tahun 2021 menyebutkan bahwa Kemitraan memiliki prinsip (Halilintarsyah, 2021) yaitu, saling membutuhkan, saling mempercayai, saling memperkuat, saling menguntungkan. Menurut Moh Jafar Hafsah kemitraan adalah strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan, mitra atau kerjasama dalam Islam dikenal dengan istilah syirkah.

Menjalankan kerja sama mitra dituntut untuk menjadi orang yang bertakwa, bermoral, berilmu, cerdas, tekun, dan bertekad untuk bekerja sama untuk menghasilkan keuntungan (Sukaeningsih, 2022) dan tidak mendzolimi sesama manusia dan saling tolong menolong dalam bekerja sama. Kerjasama saling menguntungkan jika kedua belah pihak saling jujur dan sungguh-sungguh dalam menjalankan pekerjaan dan kerjasama juga dapat menimbulkan kerugian dan pendzoliman terhadap pihak yang bekerjasama karena tidak ada keadilan dan ingin mendapatkan keuntungan lebih besar tanpa dibagi rata, karena kerjasama mitra ini berdasarkan pada kepercayaan masing-masing pihak. Sesuai hadist Abu Hurairah secara marfu' ia berkata:

Sesungguhnya Allah berfirman “*Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama salah satu dari keduanya tidak berkhianat, maka aku (Allah) keluar dari*

keduanya". (HR. Abu Daud).

Seperti firman Allah yang terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. An-Nahl 16: Ayat 90).

4. Pengemudi Roda Dua

Kendaraan bermotor adalah alat transportasi yang biasa digunakan untuk transportasi darat. Pengemudi menurut UU N0 22 Tahun 2009 Pasal 1, pengemudi yaitu orang yang mengemudi kendaraan bermotor di jalan yang memiliki surat izin mengemudi, dalam mengemudi roda dua keselamatan merupakan faktor yang terpenting pada saat berkendara dan salah satu masalah yang selalu mendapatkan perhatian khusus di suatu negara (Maritim, 2017) agar kecilnya angka kecelakaan di suatu tempat, pengemudi roda dua harus lebih memperhatikan keselamatan, surat kendaraan dan mematuhi peraturan lalu lintas, agar dapat terhindar dari kecelakaan lalu lintas.

Syarat dalam berkendara roda dua di Indonesia harus memiliki standar Indonesia untuk dapat berkendara agar terhindar dari pelanggaran dan kecelakaan lalu lintas yaitu, memiliki SIM dan STNK, menggunakan Helm Standar SNI, tidak Mengonsumsi Minum Beralkhol, larangan Menggunakan Ponsel Saat Mengemudi, larangan Merokok Pada Saat Mengemudi Roda Dua. Tertuang dalam pasal 106 UU LLAJ yang memiliki kewajiban yaitu, pengemudi wajib mengemudikan kendaraanya dengan wajar dan penuh konsentrasi, wajib untuk menggunakan sabuk keselamatan dan menggunakan helm yang berstandar nasional Indonesia dan mengutamakan keselamatan pejalan kaki dan pesepeda.

Pengemudi roda dua harus memperhatikan LLAJ yang telah ditetapkan dan tidak melanggar peraturan lalu lintas agar terhindar dari kecelakaan dan tidak mengendarai kendaraan secara ugal-ugalan yang akan menyebabkan orang lain kecelakaan lalu lintas. Maka dari itu pengemudi roda dua harus mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh satuan lalu lintas, agar terhindarnya kecelakaan dan merugikan orang lain, pengemudi roda dua harus bertanggung jawab jika melanggar peraturan lalu lintas, pengemudi roda dua harus memiliki SIM sebagai tanda bahwa layak untuk mengendarai kendaraan roda dua di jalan raya, pengemudi roda dua juga harus menggunakan helm yang berstandar SNI.

Metodelogi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dan menggunakan penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian ini juga menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam

melakukan pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dan teknik keabsahan data yang digunakan dengan perpanjangan pengamatan, triangulasi dan peningkatan ketekunan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan.

Pembahasan

1. Dampak Penerapan Harga Baru Gojek Bagi Mitra Pengemudi Roda Dua Pada Komunitas SBSK

Gojek menurut Riswanto Tumuwe, (2018) merupakan pelopor ojek online terbesar di Indonesia, perusahaan ini bergerak di bidang transportasi online sebagai perantara antara customer dan pengemudi. Dampak penerapan harga baru gojek pada komunitas SBSK sangat dirasakan oleh para driver gojek online. Dengan adanya dampak kenaikan harga akan memicu berkurangnya daya beli masyarakat dan dapat menurunkan kesejahteraan masyarakat terkhusus pada masyarakat menengah kebawah. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 667 tentang pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan di aplikasi.

Dengan adanya keputusan Menteri Perhubungan di tahun 2022 pihak aplikator gojek terlebih dahulu melaksanakan kenaikan tarif baru yang ditetapkan oleh pemerintah dan berdampak kepada mitra pengemudi gojek di Komunitas SBSK. Dampak kenaikan harga baru pada gojek sangat dirasakan para driver gojek online terkhusus pada Komunitas SBSK yang sangat mempengaruhi tingkat pendapatan dan jumlah orderan, yang sebelumnya pendapatan dan jumlah orderan stabil setelah adanya peraturan baru yang ditetapkan oleh pemerintah mengakibatkan pendapatan menurun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan driver gojek online bahwa dengan berlakunya keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 667 Tahun 2022 mengakibatkan yang pertama para driver gojek online di Komunitas SBSK mengalami turunnya pendapatan dan ada juga driver gojek online tidak merasakan dampak yang diberlakukan oleh pemerintah karena mereka hanya fokus untuk menjalankan pekerjaan mereka dari subuh hingga malam hari, sehingga mereka tidak begitu merasakan dampak yang ditetapkan oleh pemerintah.

Yang kedua dampak yang dirasakan oleh driver gojek online yaitu turunnya permintaan untuk menggunakan jasa gojek online yang disebabkan tarif gojek mengalami kenaikan sedangkan ojek online lainnya belum menerapkan peraturan yang di tetapkan oleh pemerintah. Penetapan harga baru ini bukan hanya diterapkan di aplikator gojek melainkan diseluruh aplikator ojek online lainnya, hanya saja aplikator gojek melaksanakan terlebih dahulu penerapan harga baru yang ditetapkan oleh menteri perhubungan.

2. Pandangan Ekonomi Islam Dengan Adanya Penerapan Harga Baru Gojek Pada Mitra Pengemudi Roda Dua Komunitas SBSK

Menurut Muslimin, (2020) penetapan harga dalam pandangan ulama ada yang memperbolehkan dan ada yang melarang penerapan harga, Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang menetapkan harga karena akan menyusahkan dan merugikan masyarakat, sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder. Rasulullah Saw pernah ditanya oleh seorang sahabat tentang penetapan harga dan siapa yang paling berhak menentukan harga dalam suatu perdagangan? Rasulullah Saw menjawab yang berhak menentukan atau menetapkan harga pasar adalah Allah Swt.

Imam Abu Hanifah dan Imam Malik ibn Anas membolehkan standarisasi harga komoditas tertentu dengan syarat utama bahwa standarisasi atau penetapan harga tersebut bertujuan untuk melindungi kepentingan hajat hidup mayoritas masyarakat (Ishak, 2017). Mazhab Hambali dan Syafi'i menyatakan bahwa Negara tidak mempunyai hak untuk menetapkan harga. Dalil yang dijadikan pegangan adalah hadis riwayat Anas Ibnu Malik di atas. Namun, Ibnu Taimiyah menolak jumhur ulama yang mengharamkan secara mutlak penetapan harga tersebut. Sejumlah ahli fiqhi Islam mendukung kebijakan pengaturan harga, walaupun baru dilaksanakan dalam situasi genting dan menekankan perlunya kebijakan harga yang adil

Pandangan Ekonomi Islam terhadap penerapan harga diperbolehkan asalkan tidak merugikan dan tidak melebihi batas kewajaran dan selalu menegakan keadilan disetiap penerapan harga (Aravik et al., 2023). Dalam surat An-Nisa ayat 29:

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An-Nisa ayat 29)

Penerapan harga baru pada gojek membuat para driver komunitas SBSK mengalami kesulitan untuk mendapatkan konsumen dan turunnya pendapatan dan terdapat juga driver gojek online tidak begitu merasakan dampak yang terjadi. Dalam pandangan Islam penetapan harga pada gojek diperbolehkan asalkan tidak mengakibatkan kezaliman terhadap para driver dan pihak aplikasi harus berlaku adil, transparan dan bertanggung jawab atas mitra yang mereka punya, agar tidak terjadinya kesalah pahaman antara mitra pengemudi dan pihak aplikasi gojek. Dalam surat Al-Ma'idah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu

menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan

Penerapan harga baru pada gojek dalam ekonomi Islam diperbolehkan asalkan tidak melebihi batas kewajaran dan tidak mendzolimi pihak mitra gojek, asalkan memahami harga yang menjadi keharusan untuk merealisasikan kemaslahatan dan dapat melawan distorsi pasar, dalam ekonomi Islam yang paling penting adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak mitra yang terlibat. Pemerintah juga boleh berperan untuk penerapan harga untuk dapat mengambil keputusan yang bijak dengan melihat distorsi tersebut.

Simpulan

Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 667 Tahun 2022 mengakibatkan yang pertama para driver gojek online di Komunitas SBSK mengalami turunnya pendapatan dan ada juga driver gojek online tidak merasakan dampak yang diberlakukan oleh pemerintah, yang kedua dampak yang dirasakan oleh driver gojek online yaitu turunnya permintaan untuk menggunakan jasa gojek online yang disebabkan tarif gojek mengalami kenaikan sedangkan ojek online lainnya belum menerapkan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Penerapan harga baru pada gojek dalam ekonomi Islam diperbolehkan asalkan tidak melebihi batas kewajaran dan tidak mendzolimi pihak mitra gojek, asalkan memahami harga yang menjadi keharusan untuk merealisasikan kemaslahatan. Pemerintah juga boleh berperan untuk penerapan harga untuk dapat mengambil keputusan yang bijak dengan melihat distorsi pasar tersebut.

Daftar Pustaka

- Aravik, H. (2016). *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikiran Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai al-Maududi*. Empat Dua Intranspublishing.
- Aravik, H., Gustiawati, S., & Aji, R. H. S. (2023). *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Group. <https://prenadamedia.com/product/pengantar-bisnis-islam-mengenal-kajian-bisnis-dalam-perspektif-islam/>
- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) Terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat Di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3719>

- Ferdila, M., & Us, K. A. (2021). Analisis Dampak Transportasi Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(2), 2021.
- Halilintarsyah, O. (2021). Ojek Online, Pekerja atau Mitra? *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(September), 64–74. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.24>
- Hariani, M. L., Santoso, I., & Wibowo, S. S. (2020). Analisis Kebijakan Struktur Tarif dan Pengaruhnya terhadap Besaran Subsidi (Studi Kasus : TransJakarta). *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(3), 219–234. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i3.7102>
- Maritim, J. S. (2017). Jurnal Saintek Maritim, Volume XVII Nomor 1, September 2017 ISSN : 1412-6826. *Jurnal Saintek Maritim*, XVII(September), 77–88.
- Meithiana, I. dan. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Naibaho, R. S. (2017). Pengenalan Teknologi Informasi. *Jurnal Warta Edisi : 52*, 1829–7463.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59*, 59, 290572.
- Sari, N. N. (2021). *Analisis Pemikiran Ekonomi Imam Al-Ghazali Tentang Batasan Keuntungan Dalam Jual Beli*. IAIN Bengkulu.
- Sarwoko, E., Nurdiana, I., & Ahsan, M. (2021). Membangun Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Tusuk Sate di Kabupaten Malang. *Jurnal Karya Abdi*, 5(3), 407–414.
- Sukaeningsih, N. (2022). Etika Kemitraan Dalam Prespektif Quran Dan Hadis. *Al-Iqtishod*, 4(1), 16–35.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Cet Ke 3). PT. Buku Seru.
- Surya, R. P., & Zainuddin, Z. (2019). Kerjasama Driver Dengan Perusahaan Aplikasi Go-Jek Online Perspektif Fikih Ekonomi. *Hukum Islam*, 19(1), 101. <https://doi.org/10.24014/hi.v19i1.7572>
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna ojek online di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 21, 1–19.
- Wati, R. dan R. (2014). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.