

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini adalah hasil dari pengembangan pemikiran penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, berikut ini adalah beberapa hasil penelitian terdahulu:

2.1.1 *Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Driver Gojek (Studi Kasus di PT Gojek Bandung)*

Penelitian ini dilakukan oleh Putri, Malik, dan Rahmat (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan fikih muamalah tentang konsep *musyarakah*, untuk mengetahui praktek *musyarakah* yang ada di Gojek dengan perusahaan Gojek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan responden wilayah Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah menurut pandangan fikih muamalah praktik kerjasama yang dilakukan oleh *driver* dengan PT Gojek sudah sesuai rukun dan syarat *syirkah*, namun dalam praktiknya hingga saat ini terdapat beberapa *driver* Gojek yang masih berbuat curang dengan melakukan orderan fiktif, menurut pandangan fikih muamalah tidak diperbolehkan, sebab hal tersebut termasuk hal yang melanggar aturan dan terdapat unsur dalam perjanjian yang dilakukan oleh beberapa *driver*, sebab perusahaan sudah menerapkan ketentuan dalam perjanjian awal akad perserikatan dalam hal tersebut telah disetujui oleh *driver*.

Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Peneliti terdahulu dan peneliti sekarang membahas terkait tentang transportasi *online*.
2. Peneliti terdahulu meneliti akad kerjasama *driver* dengan Gojek.
3. Peneliti terdahulu meninjau fikih muamalah dalam akad kerjasama *driver* dengan Gojek.

Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Peneliti sekarang meneliti tentang *Grabbike* sedangkan peneliti dahulu tentang Gojek.
2. Peneliti sekarang menggunakan informan di wilayah Surabaya sedangkan peneliti terdahulu menggunakan responden wilayah Bandung.

2.1.2 Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food

Penelitian ini dilakukan oleh Yunus, Hamdani, dan Shofia (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis akad yang terdapat dalam layanan go-food dalam aplikasi go-jek, serta pandangan Islam terhadap akad-akad tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konsep. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah akad sewa menyewa terjadi antara perusahaan dengan pengemudi, antara perusahaan dengan penjual yang terdaftar di aplikasi, dan antara perusahaan dengan pengguna layanan. Akad jual beli terjadi antara pengguna layanan dengan penjual yang terdaftar, dan pengemudi ojek dengan penjual yang terdaftar, sedangkan akad *wakalah* terjadi antara pengguna layanan dengan pengemudi ojek.

Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian yang terdahulu dan juga sekarang sama – sama meninjau dari segi fikih muamalahnya.

Perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu meneliti tentang akad jual beli sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang akad kerjasama
2. Penelitian terdahulu membahas tentang transaksi pada aplikasi *Grab Food* sedangkan penelitian sekarang membahas tentang *Grabbike*.

2.1.3 Tinjauan Fikih Muamalah Dan Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penetapan Harga Pada Jasa Transaksi Online Grabcar

Penelitian ini dilakukan oleh Ridwan, Fauziah, dan Senjati (2017). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penetapan harga pada jasa transportasi *online grabcar* menurut fikih muamalah dan undang-undang no 8 tahun 1999. Penelitian ini menggunakan koresponden di wilayah Bandung. Metode yang digunakan dalam peneliti terdahulu adalah metode deskriptif analisis. Penelitian ini membahas tentang tarif *Grabcar* yang ada di wilayah Bandung tetapi dalam praktiknya banyak sekali kecurangan yang dialami konsumen dan penelitian ini akan meninjau dari segi ketentuan undang-undang dan fikih muamalanya sehingga dapat disimpulkan penetapan harga transaksi *online Grabcar* tidak bertentangan dengan fikih muamalah, namun tidak sesuai dengan norma etika

islam, dan perubahan tarif yang diberlakukan *Grabcar* tidak menyalahi aturan yang termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen.

Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu dan juga sekarang meninjau dari segi fikih muamalah.

Perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu menganalisis terhadap penetapan harga di transportasi *Grabcar* sedangkan penelitian sekarang menganalisis akad kerajama *Grabbike*.
2. Penelitian terdahulu menggunakan responden *Grabcar* sedangkan penelitian sekarang *Grabbike*.

2.1.4 Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK

Penelitian ini dilakukan oleh Silalahi, Handayani, dan Munajat (2017). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan transportasi *online* yang berfokus pada aspek teknologi. Penelitian ini menggunakan responden 1,670 pengguna layanan GO-JEK yang ada di Indonesia dengan penyebaran kuesioner *online* kepada responden yang menggunakan layanan transportasi online dalam tiga bulan terakhir. Pendekatan yang digunakan penelitian adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *entropy* dan menggunakan 20 kriteria untuk mengukur kualitas layanan. Dari hasil penelitian ini berdasarkan kriteria tertinggi hingga terendah adalah persepsi kognitif, situs web yang dianggap inovatif, kemudahan pengguna, penagihan, valensi, aksesibilitas, keandalan / pemenuhan, desain situs

web, kontak, kegunaan konten, ketersediaan sistem, privasi, interaktivitas, kompensasi, kepercayaan, dan resiko.

Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian yang terdahulu dan sekarang meneliti tentang transportasi *online* yang ada di Indonesia.

Perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu menggunakan kuesioner dengan menggunakan responden pengguna layanan sedangkan penelitian sekarang menggunakan wawancara informan pengemudi *Grabbike*.
2. Penelitian terdahulu menggunakan Go-jek sedangkan penelitian sekarang menggunakan *Grabbike*.
3. Penelitian terdahulu menggunakan kuantitatif dengan teknik *entropy* sedangkan penelitian sekarang menggunakan kualitatif dengan analisis studi kasus.

2.1.5 Overview Of Growth Hacking: The Evaluation Of Implementations On Uber

Penelitian ini dilakukan oleh Işıl Dalaman (2017). Penelitian ini memfokuskan pada penerapan *growth hacking* oleh raksasa teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisien dan efektif pada penerapan *growth hacking* pada perusahaan *uber*. Penelitian ini menggunakan perusahaan *Uber* sebagai studi kasus dalam penelitian karena perusahaan *Uber* termasuk sebagai jaringan transportasi pelopor. Perusahaan *Uber* juga memiliki pertumbuhan yang cepat dan

pengembangan produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain *cross-section* dengan mengumpulkan temuan umum dari beberapa kasus yang ada dan juga mewawancarai para ahli *growth hacking*. Hasil dari penelitian ini adalah strategi menggunakan *growth hacking* yang digunakan *Uber* sangatlah efektif dan efisien.

Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu dan juga penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.
2. Penelitian terdahulu dan juga sekarang membahas tentang transportasi *online*.

Perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang sekarang:

1. Penelitian terdahulu membahas mengenai strategi *growth hacking* sedangkan penelitian sekarang membahas tentang akad kerjasama dalam sistem transportasi *online*.
2. Penelitian terdahulu menggunakan *Uber* sebagai studi kasus sedangkan penelitian sekarang menggunakan *Grabbike* yang ada di Surabaya sebagai studi kasus.

Tabel 2.1

PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN SEKARANG

Penulis (Tahun)	Putri, Malik, Dan Rahmat (2018)	Yunus, Hamdani, dan Shofia (2018)	Ridwan, Fauziah, Dan Senjati (2017)	Silalahi, Handayani, Dan Munajat (2017)	Işıl Dalaman (2017)	Hana Mardhiyah Rahayu (2018)
Judul Penelitian	Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Driver Gojek (Studi Kasus di PT Gojek Bandung)	Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food	Tinjauan Fikih Muamalah Dan Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penetapan Harga Pada Jasa Transaksi Online Grabcar	<i>Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK</i>	<i>Overview Of Growth Hacking: The Evaluation Of Implementations On Uber</i>	Tinjauan Fikih Muamalah Dalam Sistem Transportasi Online: (Studi Kasus Pada Akad Grabbike di Surabaya)
Metode Penelitian	Metode kualitatif dengan analisis deskriptif	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konsep	Metode deskriptif analisis	Metode kuantitatif dengan teknik <i>entropy</i>	Metode kualitatif dengan desain coss-section	Metode kualitatif dengan analisis studi kasus
Sample	Driver Gojek di wilayah Bandung	Menggunakan sumber-sumber rujukan yang relevan, seperti jurnal terbaru, buku-buku	Driver Grabcar yang ada di wilayah Bandung	Menggunakan responden 1,670	Mengumpulkan temuan umum dari beberapa kasus dan mewawancarai para ahli <i>growth hacking</i>	Pengendara Grabbike di wilayah Surabaya
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menurut <i>fiqh</i> muamalah praktik kerjasama	Hasil dari penelitian ini terdapat beberapa akad yaitu sewa menyewa,	Hasil dari penelitian ini, disimpulkan penetapan harga transaksi	Hasil dari penelitian terdapat tiga kriteria tertinggi yaitu persepsi	Hasil dari penelitian ini adalah strategi menggunakan <i>growth hacking</i> yang digunakan	Hasil penelitian menyatakan bahwa ada empat akad yang bisa

	yang dilakukan oleh <i>driver</i> dengan PT Gojek sudah sesuai rukun dan syarat, namun dalam praktiknya terdapat beberapa <i>driver</i> gojek yang melakukan orderan fiktif, menurut pandangan <i>fiqh</i> muamalah tidak diperbolehkan, sebab hal tersebut termasuk hal yang melanggar aturan disetujui oleh <i>driver</i>	akad jual beli, dan akad <i>wakalah</i>	<i>online grabcar</i> tidak bertentangan dengan fikih muamalah, namun tidak sesuai dengan norma etika islam, dan perubahan tarif yang diberlakukan <i>grabcar</i> tidak menyalahi aturan yang termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen	kognitif, situs web yang dianggap inovatif, kemudahan pengguna	uber sangatlah efektif dan efisien	digunakan dalam sistem transportasi <i>online Grabbike</i> di Surabaya, yaitu akad <i>musyarakah al inan</i> , akad <i>ijarah</i> , akad <i>jualah</i> dan akad <i>wakalah</i> dan dalam empat prinsip fikih muamalah sudah terpenuhi.
--	---	---	--	--	------------------------------------	--

Sumber : Putri, Malik, Dan Rahmat (2018), Yunus, Hamdani, dan Shofia (2018), Ridwan, Fauziah, Dan Senjati (2017), Silalahi, Handayani, Dan Munajat (2017), Işıl Dalaman (2017).

2.2 Landasan Teori

Berdasarkan teori yang akan dijelaskan ada bermacam-macam teori yang diharapkan dapat menjadi pegangan dasar peneliti untuk mengadakan analisis dan evaluasi dalam pemecahan masalah.

2.2.1 Bentuk Kerjasama Dalam Transportasi *online*

1. Perjanjian Kemitraan

Hubungan kerja yang terjadi antara *Grab* dengan pengemudi *Grabbike* adalah hubungan perjanjian kemitraan, sebagaimana tertuang dalam kontrak kerja elektronik. Sebelum menjadi pengemudi *Grabbike*, calon pengemudi harus memenuhi syarat dan ketentuan. Jika calon pengemudi *Grabbike* memenuhi syarat yang telah diberikan, calon pengemudi *Grabbike* yang bersedia untuk bekerjasama bisa langsung dengan mengisi data di web *Grab*. Setelah selesai mengisi data yang telah diberikan perusahaan *Grab* melalui web *Grab* pengemudi *Grabbike* dapat mengaktivasi akun *driver Grab*. Pilihan untuk mengikatkan diri dalam perjanjian kemitraan merupakan perwujudan asas berkontrak. (Erlinda Rosmalasari, 2018)

2. Kontrak Elektronik

Hubungan akad kerjasama *Grab* dengan pengemudi dibuat dalam bentuk kontrak elektronik yang terdapat dalam aplikasi *driver Grab*. Erlinda Rosmalasari (2018) perjanjian-perjanjian yang di buat secara elektronik merupakan suatu dokumen elektronik. Hubungan kerjasama tersebut diberikan setelah calon pengemudi melengkapi persyaratan yang diberikan, dan dinyatakan oleh perusahaan *Grab* bahwa telah memenuhi persyaratan untuk menjadi pengemudi *Grabbike*. Kontrak yang telah disiapkan atau diberikan oleh pihak *Grab* termasuk dalam jenis kontrak baku. Pengendara *Grabbike* dituntut untuk menyetujui persyaratan sesuai

dengan kontrak yang telah diberikan atau dipersiapkan pihak *Grab* jika ingin meneruskan kerjasama dengan perusahaan *Grab*. Perusahaan *Grab* bisa menambahkan suatu persyaratan secara sepihak, dan pengemudi *Grabbike* diharuskan untuk menerima atau menyetujui persyaratan tersebut. Jika Pengemudi *Grabbike* tidak menerima persyaratan baru tersebut, pengemudi *Grabbike* dipersilakan untuk mengakhiri kerjasama dengan perusahaan *Grab*. Dalam aplikasi juga tertera peraturan yang telah di buat oleh perusahaan *Grab* yang di mana peraturan tersebut, perusahaan *Grab* juga memiliki kewenangan untuk memutuskan hubungan akad kerjasama secara sepihak kepada pengemudi *Grabbike* jika pengemudi *Grabbike* terindikasi kecurangan atau pelanggaran oleh sistem, pihak perusahaan *Grab* bebas untuk melakukan suspend ataupun menutup akses kepada akun pengemudi *Grabbike*. Perusahaan *Grab* juga dapat merubah tarif dan presentase bagi hasil antara perusahaan *Grab* dengan pengemudi *Grabbike* sewaktu-waktu secara sepihak.

3. Kebijakan Peraturan

Demi memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan pengguna layanan transportasi *online*, perusahaan *Grab* menetapkan peraturan dan sanksi yang harus di patuhi oleh seluruh pengemudi *Grabbike*. Mengenai pelanggaran apa saja yang harus dihindari agar pengemudi *Grabbike* tidak dikenakan sanksi dapat dilihat di aplikasi *driver Grab*. Pelanggaran yang dilakukan oleh pengemudi *Grabbike* dapat di deteksi melalui sistem, jika pengemudi *Grabbike* terindikasi melakukan pelanggaran maka pengemudi

Grabbike akan dikenakan sanksi suspend. Jika pengemudi terkena suspend berarti pengemudi *Grabbike* tidak dapat bekerja sebagaimana mestinya karena tidak dapat mengambil orderan yang terdapat di dalam akun *driver Grab* (<https://www.grab.com/id/kodeetik>, 2018).

4. Rating Bintang

Rating bintang adalah penilaian yang diberikan oleh pelanggan kepada pengemudi *Grabbike* mengenai tingkat kepuasan atas pelayanan pengemudi *Grabbike* pada saat melaksanakan penjemputan dan pengantaran penumpang ataupun melaksanakan orderan, pengemudi *Grabbike* akan menerima rating bintang antara 1 hingga 5 bintang dari penumpang setelah selesai mengantar sampai tujuan. (www.grab.com/id/blog/driver, 2018)

2.2.2 Perkembangan Transpotasi Online di Indonesia

Perusahaan *Grab* (sebelumnya dikenal sebagai *Grab Taxi*) merupakan salah satu perusahaan O2O (*online to offline*) perusahaan *Grab* merupakan perusahaan dalam bidang transportasi *online* yang paling sering digunakan di Asia Tenggara, perusahaan *Grab* memiliki berbagai macam layanan yang disediakan di dalam akun *Grab* seperti, penyedia layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang-barang dan pembayaran menggunakan dompet *digital*. Perusahaan *Grab* tidak hanya menyediakan layanan di Indonesia tetapi juga di berbagai negara. Perusahaan *Grab* juga banyak melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan *Grab* yakin bahwa setiap masyarakat di Asia

Tenggara harus mendapatkan keuntungan dari ekonomi *digital*. Perusahaan *Grab* memberikan layanan bidang jasa yaitu, layanan transportasi yang aman serta terjangkau, layanan pesan antar makanan dan pengiriman barang (www.grab.com, 2018).

Menurut Henri Septanto (2016) *Grabbike* adalah sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai tujuan. Pertumbuhan perusahaan *Grab* di Indonesia semakin meningkat dari tahun ketahun di mana jasa *Grabbike* selalu beroperasi 24 jam setiap hari. Pertumbuhan *Grabbike* yang fenomenal menunjukkan bahwa masyarakat sangat membutuhkan layanan ojek *online* yang aman, dapat diandalkan, dan nyaman. Dengan *Grabbike*, setiap orang dapat mendapatkan jasa ojek aman yang dilengkapi fitur keamanan seperti rute-rute perjalanan yang dapat dilacak secara langsung serta mendapatkan perlindungan asuransi. Perusahaan menegaskan perusahaan *Grab* sebagai penyedia jasa layanan teknologi ingin membuat layanan transportasi menjadi aman mudah di akses dan mendorong perbaikan kehidupan pengemudi.

2.2.3 Jenis-Jenis Layanan Transportasi Online Di Perusahaan Grab

Jasa layanan yang disediakan perusahaan *Grab* tidak hanya *Grabbike* saja, *Grab* juga menyediakan berbagai layanan transportasi lainnya seperti *Grab Taxi*, *Grab Car*, *Grab Express*, *Grab Hitch Car*, *Grab Food*, dan yang terbaru adalah *Grab Fresh*. Berikut ini penjelasan dari berbagai macam pelayanan yang disediakan perusahaan *Grab* antara lain:

1. **Grab Taxi**

Grab Taxi adalah sebuah jasa layanan transportasi yang di mana perusahaan *Grab* mengguankan mobil *taxi* untuk mengantarkan penumpang. Mobil *taxi* yang digunakan adalah *taxi* yang telah bermitra resmi di setiap kota *Grab taxi* berada.

2. **Grab Car**

Grab Car adalah sebuah jasa layanan transportasi seperti *Grab taxi* tetapi yang membedakan jasa layanan *Grab car* menggunakan mobil perorangan atau/ individu sehingga *driver* mobil juga tidak harus dari perusahaan penyedia jasa seperti *Grab taxi*.

3. **Grab Express**

Grab Express adalah jasa layanan pengiriman barang di mana pemesan layanan ingin barangnya diantarkan kesuatu tempat yang telah disampaikan pemesan layanan melalui aplikasi *Grab*. *Grab xpres* merupakan layanan berbasis aplikasi yang menyajikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan dalam pengiriman.

4. **Grab Hitch Car**

Grab Hitch Car adalah layanan mempertemukan pengemudi dan penumpang yang memiliki rute perjalanan searah. Pengemudi *Grab hitch car* bukanlah pengemudi komersil seperti layanan jasa lainnya. Mereka adalah orang-orang biasa dan memiliki rute sama. Pengemudi *Grab hitch car* dapat menghemat sebagian biaya perjalanan sekaligus menambah teman dengan cara memberikan *tebengan*.

5. *Grab Food*

Grab Food adalah jenis jasa layanan memesan dan mengantar makanan ataupun minuman yang tersedia di daftar aplikasi *Grab food*. *Grab food* tidak sembarangan menjalin kerjasama dengan restoran *Grab food* sendiri hanya akan menjalin kerjasama dengan restoran terbaik.

6. *Grab Fresh*

Grab Fresh adalah jenis jasa layanan belanja kebutuhan sehari-hari dengan mendapatkan produk yang berkualitas tinggi dan bagus. Jasa layanan *Grab fresh* adalah jasa antar produk belanja yang diantarkan kerumah pemesan atau pembeli dengan cara memilih toko yang terdaftar di aplikasi *Grab* dan produk apa saja yang akan dibeli oleh pemesan atau pembeli melalui aplikasi *Grab* (<https://www.grab.com/id/fresh/>, 2018).

2.2.4 Kajian Hukum Fikih Muamalah

Berikut ini adalah pengertian fikih muamalah menurut para ahli:

1. Pengertian Fikih Muamalah

Fikih secara etimologi mempunyai arti *al-fahmu* (paham), sedangkan secara definisi fikih berarti ilmu tentang hukum-hukum *syar'i* yang bersifat amaliah yang digali dan ditemukan dari dalil-dalil yang *tafsili* (terperinci). Fikih merupakan ilmu yang didasari dari *Al-Quran* dan *Sunah* dengan berdasarkan kerangka yaitu ushul fikih, ilmu pengetahuan yang didapatkan dari fikih sendiri diambil dari dalil-dalil yang terperinci atau dalil yang tidak bersifat global. Muamalah berasal dari bahasa Arab secara etimologi sama dan semakna dengan kata *mufa'alah* (saling

berbuat). Muamalah merupakan sebuah aktifitas-aktifitas yang lebih mengarah kepada hubungan antara manusia dengan manusia lainnya berbeda dengan ibadah yang aktifitasnya lebih ketat sedangkan muamalah aktivitasnya lebih longgar.

Pengertian fikih muamalah dari kedua kata jika digabungkan adalah hukum-hukum *syara'* yang bersifat praktis (amaliah) yang diperoleh dari dalil-dalil yang terperinci yang mengatur aktifitas-aktifitas yang berhubungan seseorang dengan orang lain dalam hal persoalan ekonomi, di antaranya: dagang, pinjam-meminjam, sewa-menyewa, kerjasama dagang, simpanan barang atau uang, penemuan, pengupahan, rampasan perang, utang piutang, pungutan, warisan, wasiat, nafkah, barang titipan, dan pesanan. Pengertian fikih muamalah sendiri lebih banyak dipahami sebagai aturan-aturan Allah SWT yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia yang lain dalam memperoleh dan mengembangkan harta benda atau lebih tepatnya aturan Islam tentang kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia (Mardani, 2012: 2).

2. Prinsip Dasar Fikih Muamalah

Berikut ini adalah beberapa prinsip dasar menurut Zarkasyi Abdul Salam dan Oman Faturrahman (1994) dalam (Syahfril Muhamad Ridwan dan Senjati, 2017: 457) yaitu sebagai berikut:

a) Mubah

Ulama fikih bersepakat bahwa hukum asal transaksi dalam muamalah adalah diperbolehkan (*mubah*), kecuali terdapat *nash* (dalilnya jelas tidak

mengandung kemungkinan makna lainnya) yang melarangnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aktifitas transaksi di dalam muamalah asalanya boleh atau tidak ada larangannya kecuali terdapat atau ditemukan dalil yang melarangnya.

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بَا حَةً حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

“Pada dasarnya (asalnya) pada segala sesuatu (pada persoalan mu’amalah) itu hukumnya mubah, kecuali jika ada dalil yang menunjukkan atas makna lainnya.”(Imam Jalaluddin dalam Al Asybah Wa An Nazir)

b) Kerelaan

Kerelaan kedua belah pihak yang mengadakan transaksi jual beli yang menggunakan praktek penetapan harga merupakan hal yang sangat penting dan utama. Adapun yang dimaksud dengan kerelaan adalah kepuasan dalam melakukan sesuatu dan menyukainya, dan merupakan keutamaan dari ikhtiar dengan tidak adanya paksaan, kekeliruan, dan penipuan. Dalam kehidupan bermuamalah, akad (transaksi) jual beli merupakan kebiasaan (adat) yang paling sering dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam sangat memperhatikan agar penyelenggaraan akad (transaksi) di antara manusia merupakan hasil kemauan bebas yang timbul dari kerelaan dan mufakat dari kedua belah pihak.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

“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.” (QS. An-Nisa : 29)

c) Mendatangkan Kemaslahatan

Prinsip kemaslahatan adalah prinsip yang paling penting, karena jika di dalam muamalah tidak ada prinsip kemaslahatan, transaksi dalam bermuamalah akan mendapatkan kerugian dimana transaksi itu akan merusak dan tidak ada kemaslahatan kepada masyarakat umum. Dalam transaksi bermuamalah, kemaslahatan perlu dijadikan bahan pemikiran karena apapun tindakan dalam bertransaksi harus memberikan manfaat dan menghasilkan maslahat bagi umat manusia, dan untuk mencapai sebuah kemaslahatan itu harus memenuhi syarat dan rukun yang sudah ditetapkan oleh Islam serta dilakukan atas dasar suka sama suka atau adanya kerelaan dan i'tikad baik antara kedua belah pihak sehingga tercapai sistem perekonomian yang sehat dalam masyarakat.

d) Memelihara Nilai Keadilan

Prinsip keadilan merupakan prinsip yang sangat penting dalam Islam, sehingga keadilan banyak disebut sebagai prinsip dari semua prinsip hukum islam. Dalam muamalah, prinsip keadilan tidak boleh mengandung unsur-unsur penipuan, kezaliman pengambilan kesempatan pada waktu pihak lain sedang dalam kesempitan. Prinsip Islam tentang pengaturan usaha ekonomi sangat cermat sebagai mana ketentuannya dalam melarang praktek penipuan, eksploitasi dan berbagai bentuk bidang usaha lainnya termasuk jual beli yang mengandung *gharar*. Ketentuan itu dimaksudkan agar perilaku ekonomi bergerak dalam batasan-batasan yang telah ditentukan *syari'at*, sehingga setiap pihak yang bersangkutan akan merasa

tentram, nyaman, terjamin kemaslahatannya dan pelaksanaan jual beli berjalan dengan prinsip keadilan termasuk didalam transaksi berbasis *online*.

فَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ

“Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan.”(QS. Al-Hadid: 25)

2.2.5 Beberapa Bentuk Akad dalam Fikih Muamalah

Beberapa bentuk akad dalam Fikih Muamalah menurut Rozalinda (2017), akad – akad dalam fikih muamalah dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. *Murabahah*

Murabahah merupakan akad jual beli dengan modal pokok ditambah keuntungan. Akad *murabahah* sering sekali dipakai dalam perbankan syariah, akad *murabahah* berbeda dengan transaksi jual lainnya karena di akad *murabahah* penjual harus memberitahukan berapa harga dan keuntungan yang diinginkan penjual.

2. *Salam*

Salam adalah salah satu bentuk dari akad jual beli. Akad jual beli *salam* merupakan akad jual beli berbentuk pesanan yakni dimana pembeli membeli barang dengan kriteria tertentu dengan cara menyerahkan uang terlebih dahulu, sementara itu barang diserahkan kemudian pada waktu yang ditentukan.

3. *Istishna'*

Istishna' adalah akad antara dua orang di mana salah seorang *mustashni'* (pemesan) minta dibuatkan sesuatu dengan karakteristik tertentu kepada pembuatnya (*shani'*) dan dalam pembayarannya pembeli boleh secara tunai pada awal akad, atau dengan sistem kredit.

4. Sewa-menyewa (*Ijarah*)

Ijarah adalah salah satu bentuk aktivitas yang dibutuhkan oleh manusia karena ada manusia yang tidak mampu memenuhi kebutuhan hidupnya kecuali melalui sewa-menyewa atau upah-mengupah terlebih dahulu.

5. Perwakilan (*wakalah*)

Wakalah merupakan perjanjian antara seseorang (pemberi kuasa) dengan orang lain (orang yang menerima kuasa) untuk melaksanakan tugas tertentu atas nama pemberi kuasa. Islam mengisyaratkan *wakalah* karena manusia membutuhkannya. Di mana tidak semua orang mampu secara langsung mengurus semua urusannya. Ia membutuhkan orang lain untuk mengurus keperluannya dan bertindak atas nama dirinya.

6. Sayembara (*ji'alah*)

Ji'alah adalah hadiah atau upah yang diberikan kepada seseorang karena mengerjakan suatu pekerjaan tertentu, misalnya upah terhadap perbuatan untuk menemukan barang yang hilang, berhasil membangun suatu bangunan, berhasil menyembuhkan penyakit seseorang, atau berhasil mengajarkan seorang anak menghafal Al-Qur'an.

7. Titipan (*wadi'ah*)

Wadi'ah merupakan akad antara dua orang dimana pihak pertama menyerahkan tugas dan kekuasaan kepada pihak kedua untuk memelihara barang miliknya. Menitipkan ataupun menerima titipan hukum asalnya adalah boleh atau *jaiz*, namun, hukumnya sunah bagi orang yang yakin pada dirinya mampu untuk memelihara barang titipan.

8. Pinjaman (*'ariyah*)

'Ariyah (pinjam meminjam) merupakan perbuatan pembolehan mengambil manfaat barang milik seseorang kepada orang lain pada waktu tertentu tanpa ada imbalan dengan ketentuan barang yang dimanfaatkan dikembalikan kepada pemiliknya dalam keadaan yang utuh tanpa ada imbalan.

9. *Syirkah/Musyarakah*

Syirkah adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam suatu usaha di mana keduanya sama-sama memasukkan modal dalam usaha tersebut kemudian, keuntungan dibagi bersama sesuai dengan kesepakatan dan kerugian ditanggung bersama-sama pula.

10. *Mudharabah*

Mudharabah adalah suatu akad kerja sama antara pemilik modal (*shahibul mal*) dengan pengusaha (*mudharib*), di mana pemilik modal menyerahkan modal kepada *mudharib* untuk di produktifkan.

11. *Muzara`Ah dan Mukhabarah*

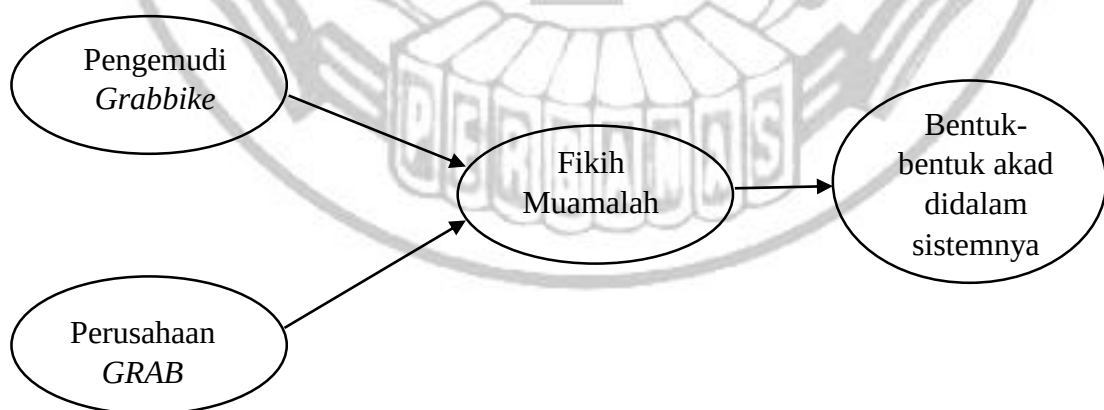
Muzarah dan *Mukhabarah* merupakan kerjasama antara pemilik sawah atau ladang dengan petani berdasarkan bagi hasil. Di Indonesia kerja sama lahan pertanian berdasarkan bagi hasil ini dikenal dengan istilah “parohan sawah”, atau “paduon”, atau “patigoan”.

12. *Musaqah*

Musaqah merupakan kerjasama antara pemilik kebun dengan petani penggarap pada waktu tertentu agar petani penggarap memelihara, dan menjaganya sampai tanaman itu menghasilkan atau berbuah berdasarkan prinsip bagi hasil.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan akad kerjasama antara perusahaan *Grab* dengan pengemudi *Grabbike* dan ditinjau dari fikih muamalah dapat digambarkan alur kerangka pemikiran seperti yang dapat ditunjukkan.



Sumber: hasil peneliti

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Penjelasan Kerangka Pemikiran :

1. Pengumpulan data melalui wawancara secara langsung dengan 7 informan, kemudian di observasi secara menyeluruh tentang bentuk perjanjian yang ada dalam akad kerjasama antara perusahaan *Grab* dengan pengemudi *Grabbike*.
2. Setelah dilakukan pengumpulan data akan dilakukan pemilahan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti. Pemilihan data yang dipilih oleh peneliti hanya yang berkaitan dengan akad-akad yang ada di dalam fikih muamalah yang ada di *Grabbike*.
3. Kemudian dilakukan dengan menganalisis antara akad-akad yang ada dalam fikih muamalah dengan bentuk akad-akad kerjasama yang ada dalam *Grab* dengan pengemudi *Grabbike*.

