

Tinjauan Fikih Muamalah dan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penetapan Harga pada Jasa Taksi Online *Grabcar*

Fikih Muamalah Review and Law Number 8 of 1999 Concerning the Protection of Consumers on the Price on the Online Tax Service Grabcar

¹Syahril Muhamad Ridwan , ²N. Eva Fauziah ³Ifa Hanifia Senjati

^{1,2,3} Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: syahrilmuhamad21@gmail.com

Abstract. The technology that now has developed rapidly in Indonesia gave birth to the benefits for ease in all areas, including in the sale and purchase of online transportation services such as Grabcar. There is no infringement in exploiting technological advances for business opportunities by taking advantage of human needs derived from the principles of honesty, transparency and mutual relinquishment. Grabcar is one of the online taxi service with the determination of tariffs that have been systematically automatically by the operator. However, based on customer observation Grabcar Bandung, there is an irregularity about the price determination where there is a difference in tariffs when consumers order Grabcar with tariffs when consumers have arrived at the destination. This is certainly contrary to the Consumer Protection Act in force in Indonesia. Based on the above background then the problem is formulated into the form of questions as follows: How the provision of pricing in persektif fiqh muamalah? What is the provision of Law No. 8 of 1999 on Protection in pricing? What is the pricing policy of Grabcar's online taxi service? And how is the review of jurisprudence muamalah and Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection against pricing on online grabcar taxi services? The method used in this research is descriptive method of analysis. Technique of collecting data is done by documentation, literature and interview. Data were obtained through literature study and interview process to examine pricing on online Grabcar taxi service according to muamalah jurisprudence review and Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. The conclusion of this research is the determination of the price of either merchandise or service (*ujrah*) according to fiqh muamalah not pegged to the amount of capital or production cost is planted. The provisions of Law No. 8 of 1999 on Protection in pricing shall be made publicly in the sense known beforehand by the consumer. The tariff-setting policy applied by GrabCar is basically adjusted to the Minister of Communications Regulation. And pricing on the online grabcar taxi service is not against the jurisprudence of muamalah and the change of tariff applied by GrabCar does not violate the rules set forth in the Consumer Protection Act.

Keywords: Jurisprudence Muamalah, Taxi Online, Law

Abstrak. Teknologi yang kini sudah berkembang pesat di Indonesia melahirkan manfaat bagi kemudahan dalam segala bidang, termasuk dalam jual beli jasa transportasi online contohnya adalah *Grabcar*. Tidak ada pelanggaran dalam memanfaatkan kemajuan teknologi untuk peluang bisnis dengan mengambil keuntungan berdasarkan kebutuhan manusia asal dilakukan atas dasar prinsip kejujuran, transparansi dan saling merelakan (*antaradhin*). *Grabcar* merupakan salah satu taksi online dengan penentuan tarif yang telah tersistem secara otomatis oleh operator. Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi konsumen *Grabcar* Bandung, terdapat kejanggalan tentang ketetapan harga dimana terjadi perbedaan tarif ketika konsumen memesan *Grabcar* dengan tarif ketika konsumen sudah sampai pada tujuan. Hal ini tentu menyalahi UU perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang diambil dirumuskan ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut : Bagaimana ketentuan penetapan harga dalam persektif fikih muamalah ? Bagaimana ketentuan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan dalam penetapan harga ? Bagaimana kebijakan penetapan harga jasa taksi online *Grabcar* ? Dan bagaimana tinjauan fikih muamalah dan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap penetapan harga pada jasa taksi online *grabcar* ? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, kepustakaan dan wawancara. Data diperoleh melalui studi literatur dan proses wawancara untuk meneliti penetapan harga pada jasa taksi online *Grabcar* menurut tinjauan fikih muamalah dan Undang - Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Simpulan dari penelitian ini adalah penentuan harga baik barang dagangan atau pun jasa (*ujrah*) menurut fikih muamalah tidak terpatok pada jumlah modal atau biaya produksi yang ditanam. Ketentuan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan dalam

penetapan harga harus dilakukan secara terbuka dalam pengertian diketahui sebelumnya oleh pihak konsumen. Kebijakan penetapan tarif yang diberlakukan *GrabCar* pada dasarnya disesuaikan dengan Peraturan Menteri Perhubungan. Dan penetapan harga pada jasa taksi *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.

Kata Kunci : Fikih Muamalah, Taksi Online, Undang-Undang

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Penetapan suatu harga menurut fikih muamalah menetapkan harga dalam transaksi seperti jual beli maupun jasa harus sesuai atau proporsional dengan nilai (*value*) yang terkandung dalam barang/jasa tersebut. Dengan adanya penetapan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktek penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelaan hati.¹ Prinsip kerelaan telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain. Apabila penjual berbohong dengan memberikan informasi yang tidak benar, kemudian diketahui oleh pembeli, maka penjual harus memberikan hak *khiyar* kepada pembeli untuk meneruskan atau membatalkan jual beli². Oleh karena itu, transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan kezaliman sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya³.

Indonesia sebagai Negara hukum telah memiliki undang - undang untuk melindungi warganya yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 4 dan dalam Pasal 10 berbunyi: "Hak konsumen adalah mengenai point (c). Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa"⁴ "Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: point (a). Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa"⁵.

Terkait dengan kedua Pasal tersebut, konsumen berhak atas informasi yang benar terhadap harga yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha. Namun demikian, dalam faktanya apa yang tertuang pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tersebut tidak selalu sesuai dengan aturan. Salah satunya

¹Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-pilar Ekonomi Islam*, Cet. ke-1, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006, hlm. 95.

²Syamsul Anwar. *Hukum Perjanjian Syariah*, PT Grafindo Persada, Hlm 168.

³Neneng Nurhasanah, *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktik*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2015. Hlm. 9.

⁴Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 4

⁵Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 10

terkait dengan bisnis taksi online seperti Traveloka (Go-Car), Uber, Grabcar, Bajaj App dan sebagainya.

Grabcar merupakan salah satu taksi online dengan penentuan tarif yang telah tersistem secara otomatis oleh operator. Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi konsumen *Grabcar* Bandung, terdapat kejanggalan tentang ketetapan harga. Hal ini terjadi ketika konsumen memesan *Grabcar* melalui aplikasi pada *smartphone* dengan rute perjalanan dari Sukajadi menuju Bojongsoang tertera dengan harga Rp 120.000,00. Setelah beliau sampai di tujuan harga tersebut berubah menjadi Rp 160.000,00. Yang mengetahui harga akhir tersebut hanyalah pihak *driver* yang tertera dalam aplikasi *driver*.⁶ Hal ini tentu saja menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen.

Menurut pemaparan Bapak Gunawan, hal ini disebabkan adanya kebijakan operator mengingat permintaan jasa layanan yang dilakukan konsumen *Grabcar* pada waktu *week end*. Pemilihan *driver* terkadang dilakukan secara manual apabila permintaan konsumen sedang tinggi, sehingga ketika ada pelanggan yang memesan *Grab* berada di lokasi A, dan *driver* terdekat berjarak lebih dari 5KM dari lokasi A karena banyaknya order, maka biaya otomatis dinaikan.⁷ Namun demikian, kebijakan kenaikan harga tersebut sebenarnya tidak termuat dalam SOP yang dimiliki *Grab*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pihak *Grab* disinyalir menaikkan harga secara subjektif.

Kondisi dan fenomena tersebut mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen berada dalam kedudukan yang lemah bahkan dari prespektif fikih muamalah, pelanggan tidak mendapatkan hak *khiyar* atas perubahan harga yang terjadi. Sehingga hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur atau transparan dari pihak *Grabcar* tidak diperoleh.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah di atas, maka masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana ketentuan penetapan harga dalam persektif fikih muamalah ?
- b. Bagaimana ketentuan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan dalam penetapan harga ?
- c. Bagaimana kebijakan penetapan harga jasa taksi online *Grabcar* ?
- d. Bagaimana tinjauan fikih muamalah dan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap penetapan harga pada jasa taksi online *grabcar* ?

B. Landasan Teori

1. Penetapan Harga Menurut Fikih Muamalah

Secara umum, penetapan harga menurut fikih muamalah hal ini tidak ditentukan secara pasti. Hanya saja di dalam melakukan penetapan harga suatu barang / objek jual beli atau besar harga sewa dan upah diserahkan kepada kesepakatan antar pihak-pihak yang terlibat transaksi tersebut dan harus mengacu kepada prinsip. Adapun prinsip-prinsip dasar muamalah dalam sewa atau upah menurut

⁶Observasi konsumen *Grabcar* di Bandung yang dilakukan penulis pada tanggal 14 Februari 2017.

⁷ *Ibid.*

Zarkasyi Abdul Salam dan Oman Faturrahman adalah sebagai berikut⁸ :

a. Mubah

Dalam hal muamalah (adat atau kebiasaan), yaitu semua hal yang dibiasakan oleh manusia dalam kehidupan dunia yang mereka perlukan, pokok asalnya adalah tidak dilarang (mubah atau boleh).

b. Kerelaan (Ridho)

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 penyelenggara akad (transaksi) diantara manusia merupakan hasil kemauan bebas yang timbul dari kerelaan dan mufakat dari kedua belah pihak. Kata akad berasal dari kata bahasa Arab **عقد** - **عقد** yang berarti, membangun atau mendirikan, memegang, perjanjian, percampuran, menyatukan. Bisa juga berarti kontrak (perjanjian yang tercatat).⁹ Dan secara *etimologi* akad adalah ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi.¹⁰

c. Mendatangkan Maslahat

Dalam jual beli, kemaslahatan perlu dijadikan bahan pemikiran karena apapun tindakannya harus memberikan manfaat dan menghasilkan maslahāt, 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. Kemaslahatan dalam kegiatan transaksi bisnis harus dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat. Sebagai contoh, dalam bisnis jasa / sewa transportasi taxi online, kemaslahatan harus dapat dirasakan pihak konsumen yang mendapat kemudahan dalam melakukan perjalanan ke tempat yang dituju secara nyaman dan aman, sedangkan dari sisi *driver* kemaslahatan dapat berupa rezeki dari upah yang diberikan konsumen. Sehingga *driver* tersebut mendapatkan nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

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 mengandung makna bahwa tidak boleh mengandung unsur-unsur penipuan, kedzalimandan pengambilan kesempatan pada waktu pihak lain sedang dalam kesempatan. Prinsip Islam tentang pengaturan usaha ekonomi

⁸Zarkasyi Abdul Salam dan Oman Faturrahman, *Pengantar Ilmu Fiqh, Ushul Fiqh I*, LESFI, Yogyakarta, 1994, hlm. 116.

⁹A. Warson Al Munawir, *Kamus Arab Indonesia al-Munawir*, Ponpes Al Munawir, Yogyakarta, 1984, hlm. 1023.

¹⁰Wahbah Al-Juhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Dar Al-Fikr, Beirut, 1989, hlm. 80.

sangat cermat sebagaimana 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 batas-batas 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 di dalam transaksi berbasis online.

2. Penetapan Harga Menurut UU Perlindungan Konsumen di Indonesia

Penetapan harga seperti harga jasa/sewa taksi online sebagai sarana transportasi dari perspektif hukum positif di Indonesia tidak diatur. Hanya saja di dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai perlindungan hak-hak konsumen termasuk konsumen pengguna jasa taksi online. UU perlindungan konsumen ini pada intinya memiliki tujuan agar masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dimiliki konsumen dan pelaku usaha seperti salah satu pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu pasal 4 tentang hak dan kewajiban konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan/ jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹¹

Dan pasal yang terkait dengan penentuan harga, hal ini sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 10 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi : pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang

¹¹ AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2005, hlm. 72.

- dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. Bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.¹²

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penetapan harga atau tarif jasa transportasi *GrabCar* didasarkan pada Peraturan Menteri Perhubungan dan perubahan tarif dasar yang dilakukan karena adanya perubahan situasi di lapangan, hal ini dilakukan untuk melindungi hak-hak driver danantisipasi kerugian biaya operasional. Dalam perspektif fikih muamalah, meninjau dari permasalahan yang dialami supir angkutan ini bukan lagi permasalahan satu orang saja tetapi sudah menjadi masalah umum karena menyangkut hidup orang banyak atau dalam agama islam disebut dengan *al mashlahah mursalah* (kemashlahatan yang tidak disyariatkan oleh syari'i dalam wujud hukum, dalam rangka mencari kemudharatan). Karena kemashlahatan ini semata-mata untuk mencari kemashlahatan manusia, tidak boleh yang merasa dirugikan oleh yang lainnya. yang dimaksudkan dalam rangka mencari yang menguntungkan dan menghindari kemudharatan. karena mashlahah itu berkembang sesuai dengan perkembangan lingkungan.

Adapun perubahan harga yang dilakukan pihak *GrabCar* dikatakan dapat memenuhi unsur masalah *al mursalah* karena telah memenuhi hal-hal sebagai berikut :

1. Pemberlakuan perubahan tarif tersebut merupakan mashlahah umum, bukan mashlahah yang bersifat perorangan. Yang dimaksud dengan ini, yaitu agar dapat direalisasikan bahwa dalam pembentukan hukum suatu kejadian dapat mendatangkan keuntungan kepada kebanyakan umat manusia, atau dapat menolak mudharat dari mereka, dan bukan mendatangkan keuntungan kepada seseorang atau beberapa orang saja diantara mereka. kalau begitu, maka tidak dapat disyariatkan sebuah hukum, karena ia hanya dapat merealisasikan mashlahah secara khusus kepada amir atau kepada kalangan elit saja, tanpa memperhatikan mayoritas umat dan kemashlahatannya. Jadi mashlahah harus menguntungkan (manfaat) bagi mayoritas umat manusia
2. Pemberlakuan perubahan tarif ini dengan mengambil kemashlahatan ini tidak berlawanan dengan tata hukum atau dasar ketetapan nash dan ijma'.

Dilihat dari permasalahan supir diatas, jelas sekali permasalahan mereka, tidak bersifat pribadi tetapi sudah menyangkut hidup orang banyak atau untuk

kemashlahatan umum karena menyangkut kebutuhan hidup sehari-hari, maka dalam Islam tindakan dari *Driver Grabcar* yang meningkatkan tarif tidak dapat disalahkan, karena bukan insiatif pribadinya dan merupakan kebijakan operasional manajemen. Di sisi lain kebijakan manajemen *GrabCar* ini pun dilakukan berdasarkan pertimbangan untuk mencapai rasa keadilan bagi seluruh pihak termasuk pihak *driver*. Dalam hal ini, tidak adanya dalil-dalil yang melarang ataupun yang membenarkan tindakan mereka, kesalahan yang dialami driver bersifat umum karena terdesak dengan kebutuhan ekonomi. Jika driver tidak menaikan tarif sesuai peraturan tersebut, maka banyak yang merasa dirugikan disamping supir angkutan juga pemilik angkutan yang juga harus mengeluarkan biaya perawatan mobil angkutan, sebagai mana syarat dalam *ijarah* yaitu kedua belah pihak harus sama-sama rela tidak ada yang merasa dirugikan sebagai mana firman Allah SWT dalam Q.S Annisa ayat 29 sebagai berikut :

¹² *Ibid*, hlm. 74.

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

*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.*¹³

Berdasarkan hal di atas, maka permasalahan tentang tarif yang dinaikan manajemen *GrabCar* pada momen - momen tertentu yang mengacu pada Peraturan Menteri Perhubungan ini tidak menyimpang dari Fikih Muamalah akan tetapi tidak sesuai dengan nilai etika islam, karena tidak diinformasikan sebelumnya.

Sedangkan dari perspektif Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, perubahan tarif dasar yang dilakukan sepihak oleh manajemen *GrabCar* hal ini tidak sepenuhnya memenuhi unsur pelanggaran. Karena perubahan tersebut didasarkan kepada alasan-alasan yang jelas dan dapat dibenarkan seperti adanya perubahan situasi dijalanan yang terindikasi dapat merugikan pihak *driver*. Dengan demikian, maka pihak *GrabCar* masih melakukan itikad baik dalam usahanya dan menjalankannya kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana yang termaktub dalam Pasal 7 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut :

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Terkait kewajiban *GrabCar* selaku pelaku usaha untuk memberikan kompensasi kepada konsumen akibat dari perubahan tarif dasar yang dilakukannya sebagaimana yang diatur dalam Pasal 7 huruf f di atas, dalam hal ini pihak manajemen telah memberikan kompensasi berupa pemberian diskon tarif kepada konsumen yang dilakukan setiap weekday pertama di setiap bulan dan adanya potongan tarif 20% apabila konsumen membayar tarif *garbcar* melalui aplikasi *GrabPay*. Sehingga dengan demikian, perubahan tarif yang diberlakukan *GrabCar* tidak menyalahi aturan yang termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen.

¹³*Ibid*, Hlm.122.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Ketentuan penetapan harga dalam persektif fikih muamalah berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa penentuan harga baik barang dagangan atau pun jasa (ujrah) tidak terpatok pada jumlah modal atau biaya produksi yang ditanam, namun Ajaran Islam mengembalikannya pada usaha (skill dagang) si penjual atau mekanisme pasar (supply and demand). Sehingga faktor yang berpengaruh dalam penentuan harga barang dagangan atau tarif ujarah atas sebuah produksi atau jasa adalah permintaan dan penawaran.
2. Ketentuan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan dalam penetapan harga harus dilakukan secara terbuka dalam pengertian diketahui sebelumnya oleh pihak konsumen. Ketentuan ini didasarkan pula kepada aturan penetapan perjanjian harga sebagaimana yang diatur dalam perjanjian penetapan harga (price fixing) dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyebutkan jika telah terbukti adanya perjanjian mengenai harga atas suatu barang atau jasa, maka perbuatan tersebut secara otomatis telah bertentangan dengan ketentuan dalam pasal dimaksud, tanpa perlu melihat alasan-alasan dari pelaku usaha melakukan perbuatan tersebut.
3. Kebijakan penetapan tarif harga jasa taksi online GrabCar pada dasarnya disesuaikan dengan Peraturan Menteri Perhubungan, namun perubahan tarif tersebut tidak diinformasikan kepada konsumen sehingga menimbulkan keluhan dalam pembayaran kenaikan tarif yang tidak diinformasikan, dan perubahan tarif di atas tarif dasar yang ditentukan oleh Peraturan Menteri Perhubungan yang dilakukan secara sepihak semata-mata merupakan upaya pihak manajemen untuk melindungi hak-hak driver danantisipasi kerugian biaya operasional yang terjadi akibat adanya dinamika situasi yang terjadi di lapangan atau di jalanan.
4. Tinjauan fikih muamalah dan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap penetapan harga pada jasa taksi *online Grabcar* tidak bertentangan dengan fikih muamalah, namun tidak sesuai dengan etika Islam dalam pemberitahuan kenaikan harga pada saat-saat tertentu, dan perubahan tarif yang diberlakukan *GrabCar* tidak menyalahi aturan yang termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen.

Daftar Pustaka

Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-pilar Ekonomi Islam*, Cet. ke-1, Pustaka Pelajar,

Yogyakarta, 2006.

Neneng Nurhasanah, *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktik*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2015.

Syamsul Anwar. *Hukum Perjanjian Syariah*, PT Grafindo Persada,

Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 4

Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 10

Zarkasyi Abdul Salam dan Oman Faturrahman, *Pengantar Ilmu Fiqh, Ushul Fiqh I*, LESFI, Yogyakarta, 1994,

A. Warson Al Munawir, *Kamus Arab Indonesia al-Munawir*, Ponpes Al Munawir, Yogyakarta, 1984.

Wahbah Al-Juhaili, *Al-Fiqh al-Islamiwa Adillatuh*, Dar Al-Fikr, Beirut, 1989,

AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi dan*

Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2005.

