

Implikasi Kenaikan Tarif Ojek Online Bagi Mitra Pengemudi Di Kota Palembang

Zulkifli, Choirunnisak, Choiriyah

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

Email: joelkipli90@gmail.com, choirunnisakumar@gmail.com, choi@stebisigm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kenaikan tarif ojek online oleh pemerintah dengan tujuan menghindari persaingan antar ojek online yang kemudian berdampak bagi mitra pengemudi akibat menurunnya permintaan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis apa saja faktor penyebab kenaikan tarif ojek online dan bagaimana dampak yang muncul akibat kenaikan tarif tersebut terhadap mitra pengemudi dalam pandangan Maqashid Syariah Al-Syatibi berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019 di Kota Palembang. Jenis penelitian deskriptif kualitatif, menggunakan pendekatan konseptual dan pendekatan kaidah fiqh. Subjeknya adalah mitra pengemudi ojek Online dan objeknya adalah ojek Online di Kota Palembang khususnya di sekitar Kampus STEBIS IGM Kecamatan Ilir Timur I yang didasarkan pada teori perlindungan hukum, kesejahteraan masyarakat dan masalah. Data penelitian dihimpun dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini: (1) Faktor penyebab kenaikan tarif diawali dengan tuntutan mitra pengemudi mengenai legalisasi hubungan kerja dan penyesuaian tarif antar aplikator dan mitra pengemudi. (2) Kenaikan tarif tersebut menimbulkan dampak melalui peningkatan daya saing antara manajemen aplikator perusahaan ojek Online lain dan peningkatan jumlah mitra pengemudi serta penurunan permintaan konsumen yang mengakibatkan turunnya pendapatan bagi mitra pengemudi. Pandangan Maqashid Syariah Al-Syatibi tentang kebijakan penetapan tarif ojek Online berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019 telah memenuhi ke lima unsur Maqasyid Syariah Al-Syatibi yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga keturunan, menjaga akal dan menjaga harta, dengan tujuan agar transportasi Online bisa berkembang di Indonesia.

Kata Kunci: *Ojek Online, Kenaikan Tarif, Maqashid Syariah*

Abstract

The study is set against a rise in government mocked rates online with a view to avoiding competition between online pagers that results in drivers' declining demand. The purpose of this study is to describe and analyze what factors are responsible for the increase in taunted rates online and how it is affected by increases in driver's partner in the Maqashid Syariah Al-Syatibi based on the 12-Year-2019 – year Permenhub in the city of Palembang. Aqualitative type of descriptive research,

employing a conceptual approach and a fiqh code approach. The subject is an online driver's partner and the object is an online motorcycle taxi in the city of Palembang especially around the campus of Stebis IGM, based on the theory of legal protection, public welfare and public welfare. Research data is compiled using methods of observation, interview and documentation. The study: (1) the underlying factor in rising tariffs is started with drivers' partners' demands on legalizing work relationships and an adjustment in rates between apps and driver partners. (2) the rise in tariff results from increased competitiveness between the management of online ojek companies and the increasing number of driver partners and a drop in consumer demand that results in a fall in income for driver partners. The Maqashid Sharia al-Shatibi's view on ojek policies based on 12 years of 2019 has already met five Maqasas Sharia al-Shatibi, which is keeping religion, keeping the soul, keeping the children, keeping the sense and keeping the wealth, so that online transport could grow in Indonesia.

Keywords: Ojek, Rising Fees, Maqashid Sharia

Pendahuluan

Transportasi merupakan angkutan umum yang sedang banyak diminati masyarakat, sama dengan ojek pada umumnya ojek menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan. Ojek kini banyak diminati karena berkembang dengan kemajuan teknologi. Ojek merupakan ojek sepeda motor yang dapat dipesan menggunakan teknologi internet dengan memanfaatkan aplikasi pada telepon genggam. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek. Tidak hanya mengantar orang, ojek dapat mengantar jemput barang sesuai pesanan ataupun membeli makan kemudian diantar pada pelanggan ojek. (Anadi, 2021) Hal ini yang membuat masyarakat yang beradadi Kota Palembang dengan banyaknya aktivitas yang sangat padat dan tingkat kemacetan yang sangat tinggi, ojek kini hadir dan membantu masyarakat dalam melakukan padatnya aktivitas sehari-hari dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang. (Gusti, 2021)

Perkembangan zaman yang sangat pesat terutama di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Informasi yang membuat setiap aspek kehidupan menjadi praktis termasuk jasa transportasi di dalamnya. Jasa transportasi masa kini sangat diminati konsumen di Indonesia, selain memberi kemudahan layanan transportasi bagi masyarakat juga turut mempengaruhi dan mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. (Muqaromah, 2020) Pesatnya perkembangan teknologi di bidang transportasi ini menuntut adanya hukum yang resporatif terhadap keadilan dan kesejahteraan para pihak dalam bisnis jasa transportasi yaitu pengelola, mitra dan konsumen/pengguna. Aturan tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019

tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat pada 01 Mei 2019. Kemenhub juga membatasi perusahaan ojek Indonesia termasuk PT. Gojek Indonesia agar tidak menetapkan tarif layanannya melebihi tarif maksimum atau lebih kurang dari biaya jasa batas atas yang telah ditetapkan. (Menteri Perhubungan, 2019)

Tarif yang naik akan berdampak pada hubungan perusahaan ojek dan mitra pengemudi itu sendiri. Adanya kesenjangan hubungan kemitraan antara mitra pengemudi dan aplikator, justru meletakkan posisi mitra pengemudi tidak seimbang dikarenakan adanya ketidaksesuaian bentuk perjanjian kerjasama yang dilaksanakan. Mitra pengemudi dalam hal ini menjadi yang paling dirugikan karena tidak adanya perlindungan mitra kerja, kepastian kerja, keamanan, dan biaya perawatan kendaraan yang semuanya ditanggung sendiri oleh mitra pengemudi. Sehingga tujuan kenaikan tarif yang dilakukan pemerintah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mitra pengemudi justru menimbulkan permasalahan baru. (Muqaromah, 2020)

Kebijakan ini tentu tidak memposisikan mitra pengemudi ojek sejajar dengan perusahaan. Kebijakan yang dibuat oleh perusahaan juga dibuat sepihak dan tidak bersifat transparan. Pengemudi (mitra) tidak memiliki posisi tawar sebagaimana pengertian hubungan kemitraan, yakni bersifat saling menguntungkan dan posisi setara antara para pihak. (Primadhyta, 2018)

Landasan Teori

1. Pengertian Peran dan Harga/Tarif

Harga adalah jumlah uang (satuan *moneter*) atau aspek lain (*non moneter*) yang mengandung *utilitas*/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Kaitan pengertian tersebut dalam jasa ojek harga/tarif dapat diartikan nilai jasa yang

diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah jasa berikut pelayanannya. (Supandi, 2018)

Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga yang adil adalah harga yang setara. Artinya harga itu harus senilai dengan barang yang diperjualbelikan dan alat tukar yang diberikan harus seharga dengan barang yang dibeli (Aravik, 2016). Ibnu Taimiyah selalu merujuk pada Al-Qur'an sebagai sumber hukum utama dalam menetapkan harga. (Anisatur, 2022) Adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga, yang dalam hal ini juga bisa dijadikan rujukan untuk menentukan tarif ojek *online* adalah Q.S. An-Nisaa' ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا (٢٩)

Artinya : *"Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisaa' : 29)*

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, harga mempengaruhi posisi pesaing dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Sewajarnya jika harga mempunyai pengaruh yang bukan kecil terhadap pendapatan dan laba bersih. Harga menjadi ukuran bagi konsumen di mana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. (Kotler, 2021)

Dari sudut pandang pemasaran, ada tiga peran/fungsi utama harga yaitu: (Sagita, 2022)

- a. Turut menentukan volume penjualan Dengan mengacu pada kurva penawaran dan permintaan (*supply and demand*), kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan: semakin tinggi harga sebuah produk maka volume penjualan semakin rendah.
- b. Turut menentukan besarnya laba Laba sebuah produk di tentukan oleh harga jual per unit dikurangi dengan biaya-biaya atau harga pokok penjualan (*cost of goods*

sold). Pada tingkat harga pokok penjualan tertentu, semakin tinggi harga jual semakin tinggi laba yang diperoleh dan sebaliknya.

- c. Turut menentukan citra produk Salah satu unsur yang membentuk citra sebuah produk adalah persepsi mengenai kualitas produk, dan persepsi mengenai kualitas sebuah produk ditentukan antara lain oleh harga jual
- d. Produk, artinya semakin mahal harga sebuah produk maka persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut semakin tinggi dan sebaliknya.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi : (Supandi, 2018)

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan), adapun peran harga tersebut adalah:
 - 1) Bagi Perekonomian, harga produk mempengaruhi upah, sewa, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi. Seperti tenaga kerja, tanah,

modal, waktu dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja.

- 2) Bagi Konsumen, dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai, fitur produk, dan kualitas). Bagi Perusahaan, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar bagi perusahaan. Harga/tarif memiliki banyak peran termasuk perannya bagi pendapatan mitra pengemudi, sehingga apabila kenaikan tarif dilakukan tanpa pertimbangan keseimbangan hak dan kewajiban yang diterima maka akan mempengaruhi permintaan atas jasa angkut penumpang bagi mitra pengemudi ojek *online* di Indonesia.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga/Tarif

Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut: (Supriyono, 2022)

1. Faktor Biaya

Faktor Biaya adalah faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan (Utomo, Aji, & Aravik, 2022). Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan.

2. Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual

3. Dampak Kenaikan Harga/Tarif (Inflasi)

Dampak adalah sebuah benturan, pengaruh kuat yang mendatangkan akibat positif maupun negatif. Menurut Poerwadarminto (1980:1085) dampak diartikan sebagai benturan antara dua benda yang mempunyai pengaruh sangat kuat untuk mendatangkan akibat positif atau negatif yang bisa menyebabkan penambahan dalam momentum (pasa) sistem yang mengalami benturan itu. Perubahan yang dapat menimbulkan dampak ini tentunya akan menimbulkan masalah dan harus dipikirkan langkah antisipasi atau upaya pemecahannya. Oleh karena itu, langkah ini harus mampu melakukan pencermatan atau mengenali setiap perubahan yang terjadi baik pada lingkungan internal maupun eksternal. (Haryati, 2021)

Faktor pendorong kenaikan harga dapat disebabkan oleh upah, kekuatan pasar, *imported inflation*, dan kebijakan pemerintah. Meningkatnya biaya tenaga kerja yang bersifat lebih besar dari pada produktivitas akan menyebabkan perusahaan lain menaikkan harga produk guna mempertahankan keuntungan. Kebijakan pemerintah mempengaruhi *cost push inflation* (inflasi yang disebabkan oleh kenaikan biaya) sehingga mendorong perusahaan menaikkan harga produk. Berdasarkan pengelompokan Indeks Harga Konsumen inflasi dipengaruhi oleh : (Bank Indonesia, 2018)

- a. Inflasi inti, yaitu komponen inflasi yang cenderung menetap dalam pergerakan inflasi dan dipengaruhi oleh faktor fundamental seperti: Interaksi permintaan-

penawaran, Lingkungan eksternal (nilai tukar, harga komoditi internasional, inflasi mitra dagang), Ekspektasi inflasi dari pedagang dan konsumen.

- b. Inflasi non inti, yaitu komponen inflasi yang cenderung tinggi volatilitasnya karena dipengaruhi oleh selain faktor fundamental. Komponen inflasi non inti terdiri dari: Inflasi komponen bergejolak (*volatile food*): inflasi yang dominan dipengaruhi oleh shocks (kejutan) dalam kelompok bahan makanan seperti panen, gangguan alam, atau faktor perkembangan harga komoditas pangan domestik maupun perkembangan harga komoditas pangan internasional. dan Inflasi komponen harga yang diatur pemerintah (*administered prices*): inflasi yang dominan dipengaruhi oleh shocks (kejutan) berupa kebijakan harga pemerintah, seperti harga BBM bersubsidi, tarif listrik, tarif angkutan, dll.

Dalam suatu negara, inflasi sangat mempengaruhi stabilitas perekonomian negara karena: Tingkat inflasi yang tinggi mempengaruhi tingkat produksi dalam negeri, melemahkan produksi barang ekspor. Tingkat inflasi yang tinggi menurunkan produksi karena harga menjadi tinggi dan permintaan akan barang menurun sehingga produksi menurun. Dan Inflasi menyebabkan terjadinya kenaikan harga barang dan kenaikan harga upah buruh dan dilain pihak daya beli masyarakat dapat turun karena kenaikan tersebut. (Indriyani, 2020)

4. Pengertian Pengemudi Gojek

Menurut KBBI, pengemudi adalah orang yang (pekerjaannya) mengemudikan (perahu, mobil, pesawat terbang, dan sebagainya). Sehingga definisi pengemudi Gojek adalah orang yang sudah bergabung menjadi mitra Gojek dan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menjadi pengemudi Gojek. Adapun syarat-syarat yang ditetapkan oleh Gojek adalah sebagai berikut : (Bestari, 2021)

- a. Mengisi formulir pendaftaran yang disediakan.
- b. Calon pengemudi wajib memiliki android smartphone.
- c. Calon pengemudi wajib memiliki SIM C aktif.
- d. Calon pengemudi harus menyediakan motor dengan STNK aktif.
- e. Memiliki Surat Keterangan Catatan Kepolisian (disingkat SKCK).

Para pegemudi Gojek mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak

pelanggan melalui aplikasi Gojek. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain. Adapun pengemudi Gojek dibedakan atas jenis kendaraan yang digunakan yaitu pengemudi dengan menggunakan sepeda motor (Go-Ride) dan pengemudi dengan menggunakan mobil (Go-Car).

Wilayah yang Sudah Terjangkau Gojek di Indonesia

No	Kota/Kabupaten	No	Kota/Kabupaten
1	Aceh Besar	85	Kota Binjai
2	Agam	86	Kota Bukittinggi
3	Badung	87	Kota Kediri
4	Balikpapan	88	Kota Madiun
5	Bandar Lampung	89	Kota Malang
6	Bandung	90	Kota Medan
7	Bangka Tengah	91	Kota Mojokerto
8	Bangli	92	Kota Padang
9	Banjar	93	Kota Padang Panjang
10	Banjarbaru	94	Kota Padang Sidempuan
11	Banjarmasin	95	Kota Pasuruan
12	Bantul	96	Kota Payakumbuh
13	Banyuasin	97	Kota Pematang Siantar
14	Banyumas	98	Kota Probolinggo
15	Banyuwangi	99	Kota Sabang
16	Barito Kuala	100	Kudus
17	Batam	101	Kulon Progo
18	Batang	102	Kuningan
19	Batu	103	Kutai Kartanegara
20	Bekasi	104	Lampung Selatan
21	Belitung	105	Langkat
22	Bengkalis	106	Lima Puluh Koto
23	Bitung	107	Lombok Barat
24	Bogor	108	Lombok Tengah
25	Bone Bolango	109	Luwu
26	Boyolali	110	Magelang
27	Brebes	111	Magetan
28	Buleleng	112	Majalengka

Implikasi Kenaikan Tarif Ojek Online Bagi Mitra Pengemudi Di Kota Palembang
Zulkifli, Choirunnisak, Choiriyah

29	Ciamis	113	Manado
30	Cilegon	114	Maros
31	Cilacap	115	Mataram
32	Cimahi	116	Merauke
33	Cirebon	117	Metro
34	Deli Serdang	118	Minahasa
35	Demak	119	Minahasa Utara
36	Denpasar	120	Muaro Jambi
37	Depok	121	Nganjuk
38	Donggala	122	Ngawi
39	Garut	123	Padang Pariaman
40	Gianyar	124	Palembang
41	Gorontalo	125	Palopo
42	Gowa	126	Palu
43	Gresik	127	Pamekasan
44	Gunung Kidul	128	Pandeglang
45	Indramayu	129	Pangkal Pinang
46	Jakarta Barat	130	Pati
47	Jakarta Pusat	131	Pekalongan
48	Jakarta Timur	132	Pangkal Pinang
49	Jakarta Selatan	133	Pati
50	Jakarta Utara	134	Pekalongan
51	Jambi	135	Pekanbaru
52	Jember	136	Pemalang
53	Jembrana	137	Ponorogo
54	Jepara	138	Pontianak
55	Jombang	139	Sampang
56	Kab. Kediri	140	Semarang
57	Kab. Madiun	141	Serang
58	Kab. Malang	142	Sidoarjo
59	Kab. Pasuruan	143	Simalungan
60	Kab. Mojokerto	144	Sleman
61	Kab. Probolinggo	145	Sragen
62	Karanganyar	146	Subang
63	Karangasem	147	Sukabumi
64	Karawang	148	Sukoharjo
65	Kebumen	149	Sumedang
66	Kendari	150	Sumenep
67	Kelaten	151	Surabaya
68	Klungkung	152	Surakarta
69	Kodya Bandung	153	Tabanan
70	Kodya Bekasi	154	Tanah Datar
71	Kodya Bogor	155	Tangerang
72	Kodya Cirebon	156	Tanjung Pinang
73	Kodya Gorontalo	157	Tapanuli Selatan

74	Kodya Magelang	158	Tasikmalaya
75	Kodya Pekalongan	159	Tegal
76	Kodya Pontianak	160	Temanggung
77	Kodya Semarang	161	Tomohon
78	Kodya Sukabumi	162	Ujung Pandang
79	Kodya Tangerang	163	Purbalingga
80	Kodya Tasikmalaya	164	Purwakarta
81	Kodya Tegal	165	Purworejo
82	Konawe	166	Salatiga
83	Konawe Selatan	167	Samarinda
84	Kota Banda Aceh		

Sumber Data : Penulis, 2023

5. Jenis-Jenis Pelanggaran dan Sanksi Pengemudi Gojek

Gojek sudah mengatur jenis-jenis pelanggaran yang harus dihindari serta sanksi yang diberikan kepada pengemudi ketika melanggar peraturan tersebut. Pihak Gojek menyebut sanksi dengan istilah suspend. Dalam lama tersebut juga suspend dibagi menjadi dua bagian yaitu:

a. *Auto Suspend*

Auto Suspend adalah sanksi yang diberikan kepada pengemudi atas deteksi pelanggaran secara otomatis dari sistem Gojek. Dan berikut adalah jenis pelanggaran dan sanksi yang diberikan oleh Gojek adalah sebagai berikut : (Fauzia, 2021)

Jenis- Jenis Auto Suspend

No	Jenis auto Suspend	
	Pelanggaran	Sanksi
1.	Melakukan order fiktif	Putus mitra dan penalti Rp 300.000
2.	Menyelesaikan atau menjalankan order dengan waktu yang tidak wajar	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila diasosiasikan dengan order fiktif, maka sanksi order fiktif akan diberlakukan

Implikasi Kenaikan Tarif Ojek Online Bagi Mitra Pengemudi Di Kota Palembang
Zulkifli, Choirunnisak, Choiriyah

3.	Terlalu sering menyelesaikan order dari pelanggan yang sama	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila diasosiasikan dengan order fiktif, maka sanksi order fiktif akan diberlakukan
4.	Memiliki rating rata-rata yang rendah	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila putus mitra, sisa deposit yang ada di dalam Akun Anda akan dikembalikan
5.	Menggunakan aplikasi tambahan dan/atau aplikasi lain yang berfungsi untuk memanipulasi perangkat seluler dan/atau aplikasi Go-Jek yang dikeluarkan secara resmi dalam menjalankan order dari pelanggan	Putus mitra dan penalti sesuai dengan sisa deposit yang tersisa di akun and
6.	Melakukan top up Go-Pay yang secara tidak wajar	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila diasosiasikan dengan order fiktif, maka sanksi order fiktif akan diberlakukan
7.	Terindikasi menggunakan perangkat yang mencurigakan dalam mengambil order, termasuk namun tidak terbatas menggunakan perangkat yang sama dengan <i>driver</i> lain pada waktu bersamaan	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila putus mitra, sisa deposit yang ada di dalam akun anda akan dikembalikan
8.	Melakukan manipulasi order/data pada saat menjalankan order	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila diasosiasikan dengan order fiktif, maka sanksi order fiktif akan diberlakukan
9.	Menyelesaikan atau menjalankan order dengan jarak yang tidak wajar	Suspend (Anda dapat melakukan banding di kantor Ops). Apabila diasosiasikan dengan order fiktif, maka sanksi akan berlaku

Sumber Data : Penulis, 2023

b. *Manual-Suspend*

Manual-suspend adalah jenis sanksi yang diberikan kepada pengemudi atas pelanggaran yang dilaporkan oleh konsumen kepada pihak Go-Jek. Berikut adalah jenis pelanggaran dan sanksi yang diberikan oleh Go-Jek adalah sebagai berikut : (Syavitra, 2017)

Jenis-Jenis Manual Suspend

No	Jenis maual	Suspend
	Pelanggaran	Sanksi
1.	Berbicara dan/atau bertindak ke arah pelecehan seksual (baik secara lisan maupun tulisan)	Putus mitra dan sisa deposit akan dikembalikan
2.	Melakukan tindakan kriminal	Putus mitra dan sisa deposit akan dikembalikan
3.	Terlambat menjemput Pelanggan	Peringatan melalui pesan di aplikasi (apabila terjadi akumulasi akan berakibat kepada suspend 1 hari kerja)
4.	Berkendara terlalu cepat, tidak mentaati aturan lalu lintas, berkendara pada saat mengantuk, menggunakan HP ketika berkendara, maupun melakukan pelanggaran atas norma-norma berkendara yang lazim	Suspen 1 hari kerja (apabila terjadi akumulasi akan berakibat kepada suspend 3 hari kerja)
5.	Merokok saat berkendara, helm kotor, menjalankan order tanpa konfirmasi kepada pelanggan, dan hal-hal lain yang mengakibatkan ketidaknyamanan pada pelanggan	Peringatan melalui pesan di aplikasi (apabila terjadi akumulasi akan berakibat kepada suspend 1 hari kerja)
6.	Menghubungi pelanggan diluar kebutuhan order	Putus mitra dan sisa deposit akan dikembalikan
7.	Memberikan alasan kepada pelanggan untuk tidak	Peringatan melalui pesan di aplikasi (apabila terjadi

	menjalankan order atau meminta pelanggan untuk cancel booking	akumulasi akan berakibat kepada suspend 1 hari kerja)
8.	Menyebarkan atau membujuk orang lain untuk menyebarkan berita bohong atau palsu dan/atau merusak nama baik perusahaan baik secara langsung atau melalui media	Putus mitra dan sisa deposit akan dikembalikan
9.	Membawa anak/istri atau orang lain saat menjalankan order	Suspend+dua peringatan (Anda harus datang ke kantor Ops) apabila terjadi akumulasi sehingga putus mitra maka sisa deposit akan dikembalikan
10.	Tidak menjalankan order tanpa penjelasan kepada pelanggan	Suspen 1 hari kerja (apabila terjadi akumulasi akan berakibat kepada suspend 3 hari kerja)
11.	Menghilangkan barang pelanggan	Suspend+dua peringatan (Anda harus datang ke kantor Ops) apabila terjadi akumulasi sehingga putus mitra maka sisa deposit akan dikembalikan
12.	Merusak barang pelanggan	Suspend+dua peringatan (Anda harus datang ke kantor Ops) apabila terjadi akumulasi sehingga putus mitra maka sisa deposit akan dikembalikan
13.	Memperlakukan atau berbicara kepada pelanggan dengan tidak sopan	Suspend 3 hari kerja (apabila terjadi akumulasi akan berakibat pada suspend 5 hari kerja)
14.	Memberikan kembalian yang kurang atau meminta pembayaran lebih dari yang seharusnya (tip, uang parkir, uang bensin, dan lain-lain)	Suspen 1 hari kerja (apabila terjadi akumulasi akan berakibat kepada suspend 3 hari kerja)

Sumber Data : Penulis, 2023

6. Tarif Gojek di Kota Palembang

Tarif yang berlaku pada transportasi berbasis di Kota Palembang adalah Rp. 4.800/km, ini merupakan pendapatan bersih per-kilometranya untuk Gojek sehingga minimum pendapatan bersih yang akan didapatkan pengemudi untuk sekali order

adalah sebesar Rp.7.200. Selain itu bonus dan poin harian juga berlaku pada setiap pengemudi mendapatkan orderan dari penumpang.

Poin Dan Bonus Gojek (PT. Gojek Indonesia)

Poin dan	bonus gojek
Area Kota Palembang	Senin -Minggu
	12 Poin = 10.000
	16 Poin = 30.000
	20 Poin = 40.000
	24 Poin = 50.000
	30 Poin = 70.000
Total	Rp 200.000

Sumber Data : Penulis, 2023

Dalam satu hari yang sama pengemudi menyelesaikan orderan maka maksimal bonus yang dapat diterima sebesar Rp. 200.000/hari. Bonus akan dibayarkan secara langsung apabila pengemudi mencapai performa minimum yang sudah ditentukan, untuk melihat bonus yang didapatkan pengemudi cukup melihat dari sistem komisi langsung yang ada di aplikasi masing-masing pengemudi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah yuridis empiris yang dengan kata lain dapat disebut penelitian lapangan (*field-research*) dan bersifat deskriptif analitik, di mana peneliti mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan yang sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan (*fact-finding*), setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah (*problem-identification*) dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah. (Rahman, 2020)

Pembahasan

1. Faktor Penyebab Kenaikan Tarif Ojek *Online*

Tarif transportasi ojek ditentukan berdasarkan besarnya biaya. Faktor penting pembentukan harga atau tarif transportasi adalah biaya yang menjadi beban konsumen. Pemantik biaya (*cost driver*) penting dipahami dalam transportasi ojek. Faktor-faktor utama yang menentukan tarif transportasi ojek antara lain:

- a. Faktor utama penentu biaya transportasi ojek adalah jarak, karena umumnya biaya-biaya transportasi dipicu oleh jarak. Besaran jarak mempengaruhi biaya variabel seperti tenaga sopir, biaya bahan bakar dan minyak (*fuel*), dan biaya pemeliharaan kendaraan.
- b. Faktor pemicu kedua adalah berat. Semakin berat barang yang diangkut, maka semakin besar biaya transportasi. Namun demikian, pada titik berat tertentu, skala ekonomis akan terjadi. Hal ini karena, struktur biaya transportasi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Skala ekonomis terjadi manakala dicapai efisiensi atas penggunaan sumber daya pada pencapaian *utilisasi* kapasitas tertentu. Dalam terminologi logistik dikenal dengan *load factor*. Semakin besar *load factor* maka biaya tetap per satuan berat semakin kecil. Implikasi manajerialnya adalah *load factor* yang kecil harus dikonsolidasi dengan *load factor* yang besar.
- c. Faktor ketiga pemicu biaya transportasi ojek adalah densitas. Densitas merupakan gabungan antara berat dan volume. Faktor densitas ini penting, karena umumnya satuan penetapan tarif transportasi dinyatakan dalam satuan Rupiah per berat (kilogram atau ton). Sementara, kapasitas kendaraan umumnya dibatasi oleh volume atau kubik, sehingga satuan berat saja menjadi kurang relevan dalam perhitungan tarif transportasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan tarif ojek yaitu berdasarkan jarak yang ditempuh, berat barang yang diangkut dan densitas antara berat dan volume suatu barang.

2. Dampak Kenaikan Tarif Ojek *Online* Bagi Mitra Pengemudi di Kota Palembang

Tujuan pemerintah menetapkan peraturan mengenai tarif transportasi untuk menjamin kesamaan (*equality*). Maksudnya, pemerintah memberikan peluang dan kesempatan yang sama baik model angkutan konvensional maupun angkutan *online*

dalam melayani transportasi di Indonesia. Hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Yusuf Wibisono yang menyatakan bahwa tiga prinsip penting dalam kemitraan, yaitu Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*), Transparansi dan Saling menguntungkan. (Yusuf Wibisono, 2021) Penetapan kebijakan yang dilakukan secara sepihak bisa menciptakan konflik dalam hal kemitraan. Sebagaimana kebijakan tarif yang ditentukan sepihak yang berakibat merugikan pihak pengemudi (*driver*) selaku mitra. Setiap kebijakan yang ditetapkan berkaitan besaran tarif, akan berdampak terhadap *provider*, pengemudi dan penumpang. Tinggi ataupun rendahnya tarif akan mempengaruhi minat penumpang ojek *online*. Dengan demikian berdampak terhadap keberlangsungan perusahaan ojek *online* itu sendiri.

Pemberlakuan adanya tarif batas bawah dan batas atas angkutan untuk melindungi konsumen dan keberlangsungan usaha penyedia aplikasi serta mitra (pengemudi). Batas atas diterapkan supaya mitra atau pengemudi mendapatkan penghasilan yang cukup dan persaingan yang sehat terealisasi antara angkutan konvensional dan angkutan *online*. Dengan adanya penentuan tarif transportasi ini, pelanggan tidak bisa ditarik ongkos di luar *range* batas atas dan batas bawah oleh mitra atau pengemudi ojek. Berikut ini implikasi dan resiko penetapan tarif ojek *online* berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019, antara lain:

- a. Penerapan tarif dan kewajiban yang diberlakukan relatif sama, ini yang berefek pada tingkat persaingan yang sehat antara ojek konvensional dan ojek *online*. Keduanya akan selalu berkompetisi dengan memberikan pelayanan yang kreatif dan inovatif. Dengan tidak menerapkan tarif yang rendah untuk memenangkan persaingan. Hasil akhirnya pelanggan yang menjadi pemenang, karena ada berbagai alternatif pilihan jasa yang dinilai menguntungkan.
- b. Dengan adanya landasan hukum mengenai transportasi, memberikan pemasukan kepada negara berupa pajak, yang dipergunakan untuk pembangunan negeri.

- c. Tarif yang telah ditentukan bertujuan menghindari kesenjangan yang semakin lebar antara sesama pengusaha dan memberikan kepastian serta kenyamanan terhadap konsumen.
- d. Batas atas tarif untuk angkutan dibuat *online* untuk melindungi konsumen, biasanya saat jam sibuk tarif transportasi ini lebih mahal dibandingkan tarif taksi reguler, karena ada permainan harga. Untuk batas bawah tarif bertujuan memproteksi pendapatan mitra (pengemudi) transportasi.
- e. Selain membawa manfaat, penetapan tarif ojek juga beresiko bagi mitra (pengemudi). Resiko yang paling awal adalah beralihnya pelanggan kepada jenis transportasi yang lain, yang dianggap lebih murah.

3. Pandangan Maqashid Syariah Al-Syatibi Tentang Kebijakan Penetapan Tarif Ojek Online Berdasarkan Permenhub No 12 Tahun 2019

Imam Al-Syatibi mempergunakan kata yang bermacam-macam terkait dengan *al-maqashid*. Diantaranya *maqasid al-syariah*, *al-maqasid al-syar'iyah*, dan *maqasid min syar'i al-hukm* Namun, memuat maksud yang sama dengan definisi yaitu tujuan Allah SWT menurunkan hukum (syari'at). Dalam perspektif Islam tujuan diterapkannya Syariah atau *Maqashid Syariah* adalah masalah. Masalah merupakan sesuatu yang baik dan bisa diterima oleh akal. Mashlahah berperan penting untuk mewujudkan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan manusia sehari-hari.

Didukung oleh pernyataan Syatibi mengenai kaidah *Maqashid Syariah*, bertujuan terbentuknya kemaslahatan manusia di dunia dan akherat. Selaras dengan pendapat Mohammed dan Razak bahwa terdapat tiga tujuan *maqashid syariah* antara lain mendidik individu, menegakkan keadilan, dan meningkatkan kesejahteraan. Tulisan ini berusaha melihat kembali konsep *maqasid syariah* menurut Imam Al-Syatibi dan kesesuaiannya dengan fenomena saat ini. Serta mengaitkan terhadap kebijakan penetapan tarif ojek berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No 12 Tahun 2019. (Zulkarnain Abdurrahman, 2022)

Peraturan Menteri Perhubungan ini dinilai lebih menekankan terhadap aspek kenyamanan, keselamatan kedua belah pihak yaitu penumpang dan pengemudi ojek *online*. Apabila dilihat dari sisi pengemudi, berpotensi memberikan tambahan penghasilan. Adapun di sisi penumpang akan mewujudkan persaingan yang sehat antar

operator ojek *online*. Selama setahun sejak kehadirannya, Gojek menjadi salah satu bisnis start-up paling terkenal di Indonesia. Dalam jangka waktu dua belas bulan, Gojek berkembang dari sebuah aplikasi mobile baru menjadi sebuah layanan besar, yang kemudian diikuti oleh perusahaan GrabTaxi dengan layanan GrabBike. Tujuan penetapan Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) ini yaitu merealisasikan kenyamanan bersama. Dalam perspektif tujuan diterapkannya *Syariah* atau *maqashid Syariah* adalah masalah. Masalah merupakan sesuatu yang baik dan bisa diterima oleh akal. Masalah berperan penting untuk mewujudkan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan manusia sehari-hari. Didukung oleh pernyataan Syatibi mengenai kaidah *Maqashid Syariah*, bertujuan terbentuknya kemaslahatan manusia di dunia dan akherat.

Setiap aktivitas transaksi ekonomi yang dilakukan seorang muslim harus berlandaskan kepada Al-Qur'an dan Hadits. Menurut ajaran Islam seluruh bentuk perekenomian dan transaksi bisnis bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits bertujuan untuk memperhatikan dan melindungi hak individu. Dan menegakkan rasa solidaritas yang tinggi kepada masyarakat. Dasar kebijakan penetapan tarif ojek disesuaikan dengan tujuan-tujuan dan landasan *maqasyid syariah* agar dalam praktinya tidak menyimpang dari ajaran agama Islam. Oleh sebab itu, berikut uraian nilai-nilai *maqashid syariah* tentang kebijakan penetapan tarif ojek berdasarkan Permenhub No 12 tahun 2019 dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Agama penumpang tetap terjaga. Dengan adanya kepastian tarif menjamin kenyamanan dan keamanan bekerja. Kenyamanan bekerja memastikan keteraturan dalam bekerja. Ojek dapat menjalankan kewajibannya sebagai seorang muslim di tengah kesibukannya disebabkan ia tidak pusing memikirkan tarif atau lebih jauh kesejahteraan diri dan keluarganya.
- b. Jiwa terjaga. Adanya kepastian tarif dalam tiap transaksi secara psikologis maupun sosiologis menjadi pedoman antara penumpang dan pengemudi ojek untuk saling

- menghargai dan menjaga amanah yang diberikan. Pengemudi Ojek selalu dituntut untuk bertingklaku dan berkomunikasi secara sopan dan Islami.
- c. Akal pikiran penumpang dan pengemudi ojek terjaga. Penentuan tarif yg ditetapkan menhub rasional, karena ada batas atas dibuat untuk melindungi konsumen (saat jam sibuk, tarif transportasi lebih mahal daripada transportasi konvensional) dan batas bawah dipergunakan untuk melindungi pendapatan mitra (pengemudi) transportasi. Adanya ketersediaan informasi yang bisa
 - d. diakses dan dipertimbangkan secara rasional sehingga penumpang bisa memilih opsi yang tersedia sesuai kebutuhan.
 - e. Hartanya terjaga. Adanya penentuan tarif yang wajar dan pasti menyebabkan penumpang tidak mengeluarkan uang berlebih di luar tarif ada dalam list sehingga tidak terjadi pemborosan.
 - f. Keturunannya terjaga. Penentuan tarif yg wajar dan disepakati kedua belah pihak akan menghilangkan praktik tarif manipulatif atau yang merugikan salah satu pihak. Penetapan tarif yang tidak adil akan berimbas pada minimnya kualitas pelayanan. Hasil yang didapat menjadi tidak berkah karena diusahakan dengan cara-cara yang tidak ikhlas dan serampangan. Hal ini akan berdampak terhadap pendapatan yang tidak berkah yakni nafkah keluarga.

Peraturan Menteri Perhubungan terkait penetapan tarif ojek telah memenuhi ke lima *Maqashid Syariah al-Syatibi* yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga keturunan, menjaga akal dan menjaga harta. Kebijakan penetapan tarif ojek memiliki landasan *Maqashid Syariah* dan memiliki aturan hukum yang termuat dalam peraturan Menteri Perhubungan No. 12 Tahun 2019. Pemangku kebijakan mampu menjalankan dan mengevaluasi kinerja kebijakan penetapan tarif ojek *online*. Hal ini bisa dimengerti karena telah terjadi titik temu antara aturan yang dibuat dengan *Maqashid Syariah*. Walaupun masih belum sempurna, minimal sudah ada aturan yang lebih baik agar transportasi khususnya ojek baik konvensional maupun *online* bisa berkembang di Indonesia.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Implikasi Kenaikan Tarif Ojek *Online* Bagi Mitra Pengemudi di Kota Palembang dapat disimpulkan :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan tarif ojek yaitu berdasarkan jarak yang ditempuh, berat barang yang diangkut dan densitas antara berat dan volume suatu barang.
2. Bagi mitra pengemudi kenaikan tarif tersebut berdampak melalui peningkatan daya saing antara manajemen aplikator perusahaan ojek lain. Dapat diketahui dari 5 responden mitra pengemudi Gojek mengalami penurunan permintaan dengan rata-rata sebesar 50% dari jasa angkut penumpang perbulannya, hal ini juga turut menimbulkan dampak negatif bagi mitra pengemudi yang menimbulkan ketidakseimbangan pendapatan dan pengeluaran yang ditanggung oleh mitra pengemudi serta adanya resiko yang ditanggung sendiri oleh mitra pengemudi.
3. Pandangan *Maqashid Syariah Al-Syatibi* tentang kebijakan penetapan tarif ojek berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019 telah memenuhi ke lima unsur *Maqasyid Syariah Al-Syatibi* yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga keturunan, menjaga akal dan menjaga harta, dengan harapan agar transportasi khususnya ojek *online* bisa berkembang di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Anadi, Y. R. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pengemudi Transportasi Akibat Pembatalan Sepihak oleh Konsumen. *Universitas Mataram*, 36(1), 115–125.
- Aravik, H. (2016). *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikiran Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai al-Maududi*. Malang: Empat Dua Intranspublishing.
- Bestari, N. P. (2021). 11 Tahun Beroperasi, Aplikasi Gojek Telah Diunduh 190 Juta.
- Fauzia, M. (2021). Apa Itu Suspend, Trading Halt, dan Auto Reject pada Investasi Saham?
- Gusti, D. P. (2021). Kebijakan Publik : Inkonsistensi Regulasi Angkutan Darat Online dan Konvensional di Indonesia Terhadap Implikasi Konflik Sosial. *IJCS*, (22), 729–744.

- Haryati, S. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Budaya di Kota Malang dan Konsep Strategis dalam Penanganannya. *JIWS*, 2(2), 58–71.
- Indonesia, B. (2018). Inflasi.
- Indriyani, S. N. (2020). Pengaruh keragaman produk, harga dan tempat terhadap kepuasan pelanggan toko buku paperclip. 21(3), 72–80.
- Kotler, P. (2021). H2H Marketing. *Springer*.
- MenteriPerhubungan. (2019). *Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat*.
- Muqaromah, R. (2020). Dampak Kenaikan Tarif Ojek Online Bagi Mitra Pengemudi Di Kota Palangka Raya (Persepektif Hukum Ekonomi Syariah) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Tahun 2020 M / 1442 H. *Digital Library*.
- Primadhyta, S. (2018). Ironi Tarif dan Timpangnya Hubungan Kerja Ojek online. *CNN Indonesia*.
- Sagita, R. A. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBIS*, 05, 327–340.
- Supandi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *EMBA*, 6(3), 1658–1667.
- Supriyono. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JOMB*, 4, 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Syavitra. (2017). Pengertian Auto Suspend dan Manual Suspend.
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.