

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta Oleh Nadiem Makarim. Saat ini Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia dan aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak kurang lebih 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android. Gojek memang sudah menjadi pilihan alat transportasi online di berbagai kota besar Indonesia. Area operasional Gojek yang terus meluas menguntungkan konsumen dari berbagai daerah karena bisa menikmati berbagai layanan di aplikasinya. Gojek juga memberikan kemudahan dalam pemesanan layanan karena semuanya bisa dilakukan melalui aplikasi. Walau ada cara pesan Gojek tanpa aplikasi, namun jauh lebih maksimal apabila menggunakan aplikasi Gojek itu sendiri. Baik pengguna iOS maupun Android dapat mengunduh aplikasi Gojek serta menggunakannya dengan bebas. Namun sebelum bisa menggunakannya pengguna haruslah mendaftar terlebih dahulu menggunakan identitas asli.

Memang Gojek sudah memisahkan aplikasi khusus untuk pengguna dan juga driver. Bedanya untuk pengguna dapat digunakan untuk memesan berbagai layanan Gojek. Sedangkan untuk driver difungsikan

untuk menerima orderan dari konsumen. Kedua aplikasi ini tentunya memiliki beberapa fitur yang sama diantaranya sistem pembayaran Gopay, maupun melakukan cancel.

Layanan Gojek juga semakin luas, didalam perkembangannya Gojek mempunyai banyak fitur dan layanan seperti Gosend layanan transportasi barang, Goride layanan transportasi, Gofood layanan pemesanan makanan, Goclean layanan membersihkan rumah, Gocar layanan transportasi penumpang dengan mobil.¹ Penting halnya untuk pengguna mengetahui cara daftar aplikasi Gojek sebagai langkah awal. Setelah melakukan pendaftaran akun baru lah proses pemesanan layanan bisa dilakukan. Gojek sebagai langkah awal. Setelah melakukan pendaftaran akun barulah proses pemesanan layanan bisa dilakukan.

Syarat daftar aplikasi Gojek yaitu:

1. Memiliki smartphone dengan sistem operasi iOS maupun android
2. Memiliki koneksi internet
3. Siapkan akun Gmail
4. Siapkan nomor telepon yang aktif untuk proses registrasi
5. Download Aplikasi Gojek dibawah ini

Setelah menyiapkan semua syarat diatas, silahkan download aplikasi Gojek baik untuk smartphone Android maupun iOS. Cara daftar

¹ <https://www.gojek.com/history/> diakses pada tanggal 25 Februari 2020, pukul 10:45

aplikasi Gojek untuk Android dan iOS tahapannya sama, lebih lengkapnya simak tutorial berikut ini:

- (1)Langkah pertama daftar GoRide Online adala dengan mengisi formulis online
- (2)Setealha mengisi formulis pendaftaran, cek handphone dan akan menerima 4 digit kode melalui sms. Masukan 4 digit tersebut ke halaman pendaftaran.
- (3)Isi alamat rumah serta nomor handphone
- (4)Unggah dokumen yang dibutuhkan
- (5)Konfirmasi data yang sudah anda isi
- (6)Tunggu konfirmasi melalui sms
- (7)Unduh aplikasi GoRide

Driver Gojek Atau mitra Gojek pasti mempunyai sebuah Account untuk menjalankan aktifitas sebagai sopir ojek online Account Gojek sendiri adalah sebuah layanan transportasi yang di miliki oleh driver untuk menyediakan tumpangan (sare seat) oleh pengemudi atau pemilik sepeda motor dengan warga lain (pelanggan), aplikasi ini akan menghitung harga yang anda (sebagai pelanggan) perlu bayarkan berdasrkan jarak (kilometer) antara posisi anda saat ini dengan tujuan anda.

Cara daftar menjadi mitra Gojek dan Akun Gojek yaitu:

1. Memiliki Smartphone
2. Foto Copsy KTP, SIM, STNK, dan Kartu Keluarga.

3. SKCK dari kepolisian
4. Surat keterangan Domisili.
5. Usia Maksimal 55 Tahun.
6. Pendidikan terakhir SMP.²

Dalam kemunculan Gojek di Kota Kediri banyak peminatnya tetapi dalam perjalanannya muncul jual beli account, dari jual beli akun Gojek pihak Gojek memberikan peraturan jika sanksi akan diberikan jika emeang terbukti melakukan jual beli akun driver. Gojek akan memberikan sanksi tegas berupa putus mitra, dalam jual beli akun ini sama saja driver yang mengaburkan identitas asli dari driver asli. Kantor Gojek tetap menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan, karena hal itu adalah prioritas utama. Pihaknya memiliki standar layanan yang terus di sosialisasikan kepada mitra gojek

Bagi driver yang bergabung di bawah naungan GoArmada harus mengetahui Hak dan kewajiban sebagai driver:

Hak	Kewajiban
Mendapatkan pelayanan selayaknya Driver GoCar Individu pada umumnya	Mematuhi seuruh peraturan dan ketentuan yang tercantu dalam tata tertib Gojek selayaknya Driver.

² <http://www.gojek.com/blog/goride/cara-daftar-go-ride/> diakses pada tanggal 25 februari 2020 pukul: 10:42 wib

Mendaftarkan diri, berpindah dan/ atau mengundurkan diri dari mitra GoArmada	Menandatangani surat kerja bermaterai dengan Mitra GoArmada
Mendapatkn manfaat atau keuntungan tambahan yang ditawarkan/disediakan oleh mitra GoArmada	Menjalankan seluruh peraturan dan ketentuan yang telah disepakati dengan Mitra GoArmada

Sebagai perusahaan yang selalu menjunjung tinggi keadilan dan aspirasi Mitra Driver, Gojek membuktikan komitmennya dengan mewujudkan penyempurnaan peraturan yang disingkat “PA’DIMAN” yaitu Transparan, Adil, dan Nyaman. dengan tujuan:

- a. Transparan : meningkatkan Kepercayaan antara Mitra Gojek melalui peraturan yang transparan
- b. Keadilan : mewujudkan keadilan untuk Mitra Gojek
- c. Kenyamanan : Sebagai pedoman mewujudkan kenyamanan-saat menjalankan orderan³

³ <https://driver.go-jek.com/s/articel/TATA-TERTIB-GOJEK-TARTIBJEK> diakses pada tanggal 3 Maret 2020, Pukul: 21:23 WIB

B. Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah suatu upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dalam memenuhi kebutuhan mengenai barang dan jasa yang diinginkan, dapat menyebabkan ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan adanya pemberdayaan konsumen melalui Undang-Undang yang tujuannya untuk melindungi kepentingan konsumen dan bukan untuk mematikan para pelaku usaha. Dalam setiap orang maupun badan usaha, yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang telah didirikan dan berkedudukan ataupun melakukan kegiatan dalam suatu wilayah hukum yang berada di Republik Indonesia.⁴

Perlindungan konsumen hukum kepada konsumen dapat diwujudkan dalam dua bentuk pengaturan. Pertama melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu yang sifatnya umum untuk setiap orang dalam melakukan transaksi barang dan jasa. Sedangkan kedua, melalui perjanjian yang khusus dibuat para pihak (pelaku usaha dan konsumen) dengan isinya antara lain mengenai ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa. Selain perlindungan konsumen dipandang secara materiil maupun

⁴ Celine Kristiyani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2011), hal.

formil makin sangat penting, dengan keadaan jaman sekarang makin maju ilmu pengetahuan dan teknologi.

2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dasar hukum perlindungan Konsumen adalah Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan Lahirnya hukum perlindungan konsumen telah mengdepankan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu manfaat, azas, keseimbangan, azas keadilan, azas keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.

Untuk itu Undang-Undang perlu mengatur kepentingan konsumen, maupun pelaku usaha yaitu mengenai yang telah berkaitan dengan hak dan kewajiban dengan berlakunya Undang-Undang No. 8 tahun 1999, maka dasar perlindungan konsumen diatur dalam pasal 1 butir 1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa “Segala upaya yang ditunjukkan untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen”.

3. Asas-Asas Konsumen

Menurut ketentuan yang terdapat dalam peraturan perlindungan konsumen ada lima asas perlindungan konsumen yang ditetapkan UUPK (Pasal 2) yaitu “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat,

keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum” Asas-asas tersebut meliputi yakni:⁵

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.⁶

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi tiga asas yaitu:⁷

1. Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan Keselamatan konsumen
2. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan
3. Asas kepastian hukum

⁵ Siahaan N.H.T., *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Pantai Rei, 2005), hal. 22-24

⁶ Siahaan N.H.T., *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*,... hal. 22-24

⁷ Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 26

Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud juga keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, kepentingan pemerintah dalam hubungan ini tidak dapat dilihat dalam hubungan transaksi dagang secara langsung menyertai pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pemerintah dalam rangka mewakili kepentingan publik yang kehadirannya tidak secara langsung di antara para pihak tetapi melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam berbagai undang-undang dan berbagai peraturan perundang-undangan.⁸

Selain itu Pasal 3 Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen juga menjelaskan tentang tujuan dari Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

⁸ Miru Ahmadi dan Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 29

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen. masing-masing undang-undang memiliki tujuan khusus, hal itu juga tampak dan pengaturan pasal 3 Undang-Undang Konsumen, sekaligus membedakan dengan tujuan umum sebagaimana dikemukakan berkenaan dengan ketentuan pasal 2 di atas. Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang satu pasalnya mengatur tentang kewajiban bagi pelaku usaha Pasal 7 untuk memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi produk barang dan/atau jasa tersebut, maka kita sebagai konsumen harus teliti sebelum membeli.⁹

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada point (a) dijelaskan bahwa konsumen mempunyai hak atas kenyamanan, keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa hal ini konsumen berhak mendapatkan pelayanan terbaik dari driver Gojek, dalam point (b) dijelaskan hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut dengan nilai tukar dan kondisi jaminan yang dijanjikan jika dalam bertransaksi menggunakan gojek maka konsumen

⁹ Achmad ali dalam Mini Ahmadi dan Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 34

berhak mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai dari apa yang dijanjikan, pada poin (c) yang sangat penting bagi konsumen Gojek yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang wajib di terima oleh konsumen gojek karena jika ada keluhan atau kesalahan yang di dapat pasti akan dicari identitas dari driver Gojek yang sudah tertera di aplikasi gojek tersebut, poin(d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan jika konsumen mendapat ketidak puasan layanan konsumen berhak untuk mengirimkan kritik dan saran kepada driver gojek yang sudah melayaninya. Jika kerugian yang ditimbulkan dari diver gojek ilegal sangat besar maka konsumen mendapat perlindungan advokasi dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang sudah tertulis, di poin (e) dan mendapatkan uang kompensasi atau ganti rugi jika barang atau jasa tidak diterima dari driver Gojek.

Dalam Pasal 5 di jelaskan kewajiban konsumen jika kita akan menggunakan gojek harus mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan konsumen gojek ini sudah tertulis pada poin (a), konsumen juga berkewajiban beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa juga membayar sesuai dengan nilai tukar yang sudah di spakati oleh driver gojek dan konsumen seperti tentang ongkos kirim

makanan atau ongkos berkendara, ini sudah di jelaskan dalam poin (b) dan (c) di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹⁰

Tidak hanya Konsumen saja yang mempunyai Hak dan kewajiban tetapi pelaku usaha juga mempunyai Hak dan Kewajiban yang sudah di jelaskan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pada pasal 6 disini diver gojek sebagai pelaku usaha tertulis poin (a) yang mempunyai Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan saat melayani konsumen entah dalam mengantarkan konsumen ke tempat tujuan atau mengirim barang atau makanan ke tempat yang sudah tertera alamat yang dituju. pelaku usaha juga mempunyai hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik jika mendapat hal yang tidak sopan dari konsumen gojek ini sudah di tulis dalam poin (b) dalam UUPK. Poin (c) driver gojek juga mempunyai hak untuk melakuakn pembelaan jika tidak melakukan kesalahan dalam melayani pembeli sesuai prosedur yang di tetapkan kantor gojek jika pembelaan yang di lakukan oleh driverr memang benar-benar tidak terjadi dan kerugaian tidak diakibatkan oleh driver maka berhak menerima rehabilitasi nama baik yang sudah tertulis dalam UUPK poin (d).

Kewajiban pelaku usaha sudah di atur dalam Undang-Undnag perlindungan konsumen Pasal 7, di dalam poin (a) driver harus

¹⁰ *Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen...*, hal. 5

mempunyai itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya seperti mengantar ketujuan konsumennya, atau mengantarkan barang sesuai alamat yang dituju, poin (b) driver harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa saat mengantarkan konsumen atau makanan ke tempat tujuan, point (e) driver gojek harus Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif., pada poin (f) saat mengantarkan barang ketempat tujuan driver gojek berkewajiban untuk menjamin mutu barang yang perdagangkan berdasarakan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku jadi dilarang merusak atau melakuakan perbuatan yang merugikan pemilik barang tersebut driver berkewajiban menjaga barang yang ditetipkan smapai ketemoat tujuan dengan selamat jika barang itu rusak atau hilang driver berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi, penggantian atas kerugian akibat kerusakan yang ditimbulkan jika barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Inis esuai dengan point terakhir dari UUPK¹¹

Bila diperhatikan dengan seksama, tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Berarti hak dari konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang diterima pelaku usaha dalam Undang-Undnag

¹¹ *Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, (T.k : Permata Perss, 2016), hal. 6

Perlindungan Konsumen pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usah yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antara pelaku usaha.

C. Perlindungan Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam

1. Pengertian

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya.¹² Dalam khazanah pemikiran Islam etika adalah ilmu tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Untuk memahami etika bisnis usaha islam harus diketahui tata nilai yang dianut manusia, hak dan kewajiban manusia di dunia, serta ketentuan aturan dan hubungan yang harus di penuhi manusia baik yang menyangkut hubungan antara manusia. Hubungan antara manusia dengan alam, dan tentunya hubungan manusia dengan Allah SWT dan dalam khazanah keislaman etika sebagai akhlak atau adab yang memiliki tujuan untuk mendidik moralitas manusia.¹³

Bisnis Islam dapat diartikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa

¹² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal. 20

¹³ Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 215-216

yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra) sedang jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.

Dari penjelasan tersebut, bisnis islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal-haramnya). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Quran dan Hadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).¹⁴ Etika yang baik itu mencakup:

- a. Kejujuran (*Honesty*): mengatakan dan berbuar yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- b. Ketetapan (*Realibility*): Janjinya selalu tepat: tepat menurut isi janji (Ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- c. Loyalitas: Setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien, anggaran dasar, dan anggaran rumah tangga.
- d. Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.¹⁵

¹⁴ *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Cahaya prima Santosa, 2012), hal. 11

¹⁵ Panji Anaroga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2011), hal. 133

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Immadudin, bahwasannya prinsip utama di etika bisnis islam ada 5 (lima) yaitu:

a. *Unity* (Kesatuan)¹⁶

Kesatuan dalam hal ini adalah terefleksikannya dalam konsep tauhid, yaitu seluruh aspek kehidupan yang terpadu dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial serta mementingkan konsep konsistensinya dan ketereaturan yang menyekuruh. maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar ini pula maka, etika bisnis menjadi terpadu vertikal (manusi dangan penciptanya) maupun horizontal (sesama manusia) membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam Islam.

b. *Equilibirum* (keseimbangan)

Keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderetan merupakan prinsip etis yang yang hraus diterapkan dalam aktivitas maupun etika bisnis. Islam sangat menganjurakan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah SAW diutu Allah SWT untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis bertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Quran memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan am bentuk pengurangan takaran dan timbangan.

c. *Free will* (kebebasan berkehendak)

Kebebasan berkehendak merupakan bagian penting dalm nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak

¹⁶ Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Satu Sintesis Islam*, (Bandung: Mizan, 1993), hal.

adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang ada dan dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak untuk menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukannya oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Menurut Sayid Quthb prinsip pertanggungjawaban adalah tanggung jawab seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dengan masyarakat, antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.

e. *Benevolence* (kebenaran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinannya adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.¹⁷

¹⁷ Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Satu Sintesis Islam...* hal. 50

3. Alasan Bisnis harus Beretika

Menurut Post et all. Terdapat beberpa alasan yang mendorong perusahaan untuk menjalankan bisnisnya secara etis:

- a. Meningkatkan harapan publik agar perusahaan yang tidak berhasil dalam menjalankan bisnisnya secara etis akan mengalami sorotan, kritikan bahkan hukuman.
- b. Penerapan etika bisnis di perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Penerapan etika bisnis seperti kejujuran, menepati janji, dan keadilan dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis diantara dua pihak yang melakukan hubungan bisnis.
- d. Agar perusahaan terhindar dari penyalahgunaan yang dilakukan maupun kompotitor yang bertindak tidak etis.
- e. Mencegah agar perusahaan tidak memperoleh sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.¹⁸

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan para peneliti yang berhubungan dengan judul penelitian yang menjadi pertimbangan penulis dalam menyusun tulisan ini adalah:

Ali Iqbal Sya'bani melakukan penelitian tentang Jual Beli Akun Go-Car di Yogyakarta Perspektif Etika dan Hukum Bisnis Islam. Bahwasannya alam penelitian yang dilakukan mengetahui dari hasil penelitian menghasilkan kesimpulan Bahwa akun Gojek tidak boleh dipinjamkan atau dipindah tangankan dan juga sewaktu-waktu terkena suspensi dikarenakan akun itu bukan hak milik sepenuhnya sang driver. Dan

¹⁸ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 104-105

didalam praktik jual beli menurut hukum islam sudah memenuhi rukun dan syarat jual beli.¹⁹ Persamaan skripsi ini dengan penulis teliti, terdapat pada pembahasan yang menerangkan jual beli akun dan menggunakan pendekatan etika bisnis islam. sedangkan perbedaanya yang penulis teliti adalah tentang dimana peneliti membahas jual beli Account tidak hanya menggunakan pendekatan dengan etika bisnis islam tetapi dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen

Desi Ratnasari melakukan penelitian tentang Jual Beli Akun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu). Dari hasil penelitian yang di teliti bahwa dalam hukum islam serta rukun dan syarat jual beli dalam hukum islam, jual beli akun ojek online yang dilakukan oleh driver seseuia dengan landasan teori yang terdapat di dalam Q.S. An-Nissa 4:29, bahwa jual beli ojek online yang dilakukan oleh penjual yaitu data identitas akun yang akan di jual diperoleh dengan cara yang batil. Karena identitas akun ojek online yang dijual menggunakan identitas orang lain, tanpa orang lain tersebut mengetahuinya.²⁰ Persamaan skripsi ini sama-sama meneliti tentang jual beli Account Ojek Online, sedangkan perbedaannya yaitu pada tempat penelitian dan Objek penelitiannya karena

¹⁹ Ali Iqbal Sya'bani, "Jual Beli Akun Go-car di Yogyakarta Perspektif Etika Dan Hukum Bisnis Islam", *Skripsi*, (Yogyakarta: UINSUKA, 2018), hal. 112 diakses pada tanggal 10 Oktober 2019, di <http://digilib.uin-suka.ac.id/34306/>

²⁰ Desi Ratnasari, "Jual Beli Akaun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu)", *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), hal. 82 diakses pada tanggal 1 Oktober 2019 di <http://repository.radenintan.ac.id/6933/>

skripsi peneliti menggunakan driver Gojek dan pada skripsi penelitian terdahulu menggunakan driver Grab.

Mutaminnah, Melakukan penelitian tentang Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akun Transportasi Online (Studi di Grup Facebook Gojek Jual Beli Akun Surabaya). dari hasil penelitian yang diteliti menghasilkan kesimpulan didalam praktiknya jual beli akun transportasi online di grub facebook Gojek tersebut banyak orang yang melakukan jual beli akun secara terbuka melalui media sosial facebook, dan kebanyakan orang menjual akun itu beralasan jika sudah bosan atau sudah tidak memakai akun tersebut.²¹ Persamaan skripsi ini dengan penulis teliti, terdapat pada Objek yang membahas transportasi online di grub Facebook, sedangkan perbedaanya yang penulis teliti adalah tentang jual beli Account Gojek di Kota Kediri.

Skripsi yang ditulis oleh Leti Latifah dengan judul, Analisis Hukum Islam terhadap Penerapan Tarif Layanan Jasa PT. Ojek Syar'i Indonesia di Surabaya', Tahun 2016. Kesimpulan dari skripsi tersebut adalah adanya penetapan tarif layanan jasa PT. Ojek Syar'i Indonesia ini menggunakan empat akad, yaitu tarif order, tarif jarak mini mal, tarif tunggu dan tarif pembatalan.²² Persamaan skripsi ini dengan penulis teliti

²¹ Mutaminnah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akun Transportasi Online (Studi di Grup Facebook Gojek Jual Beli Akun Surabaya)", *Skripsi*, (Surabaya: UINSA, 2019), hal. 86 diakses pada tanggal 1 Oktober 2019 di <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/2169/1/skripsi%20Mutmainnah%20-%20Copy%20%282%29.pdf>

²² Leti Latifah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Penerapan Tarif Layanan Jasa PT. Ojek Syar'i Indonesia Di Surabaya", *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2016). Hal, 7 diakses pada tanggal 10 Februari 2020 di <http://digilib.uinsby.ac.id/6091/>

terdapat pada pembahasan pada objeknya yaitu mengenai ojek yang menggunakan pendekatan dengan hukum Islam. Sedangkan perbedaan dengan proposal yang akan penulis teliti yaitu menjelaskan tentang jual beli akun transportasi online yaitu Gojek.