

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Fanora Qumala dalam penelitiannya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Layanan *Grabfood* (Study Kasus Di Grab Madiun)”. Penelitian tersebut memfokuskan dengan rumusan masalah: *Pertama*, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pembatalan sepihak oleh konsumen pengguna jasa *Grabfood* (studi kasus di *Grab Madiun*). *Kedua*, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap bentuk penyelesaian sengketa pembatalan sepihak oleh konsumen pengguna layanan jasa *Grabfood* (studi kasus di *Grab Madiun*). Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deduktif (dari umum-khusus)¹. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada tinjauan ekonomi Islam terhadap pembatalan sepihak konsumen *Grabfood*. Sedangkan penelitian ini berfokus pada dampak layanan *Grabfood* terhadap pendapatan rumah makan berdasarkan tinjauan ekonomi Islam. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa. Dampak keberadaan layanan *GrabFood* dalam meningkatkan pendapatan rumah makan di Kota Parepare bahwa keberadaan layanan *GrabFood* jelas membawa dampak positif kepada pelaku usaha Rumah Makan yang bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra. Dari 10 pengusaha Rumah Makan yang bergabung ke dalam aplikasi rata-rata mengungkapkan

¹Fanora Qumala, ‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Layanan Jasa *GrabFood* skripsi (Study Kasus Di *Grab Madiun*). (IAIN PONOROGO, 2019).

kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan pendapatan, dan mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan *budget*, mempermudah transaksi, bahkan ada salah satu pemilik Rumah Makan yang mengalami peningkatan pendapatan dua kali lipat dari sebelumnya . Akan tetapi 2 dari 10 Rumah Makan tidak mengalami peningkatan pendapatan semenjak bekerjasama dengan layanan *GrabFood*.

Yeti Octavia dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad di Kota Bengkulu”. Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistic yang digunakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, dapat dipahami beberapa hal. Pertama, dari hasil yang diperoleh didapatkan bahwa kualitas pelayanan jasa kuri *GrabFood* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan uji f sebesar $0,00 < 0,05$, yang artinya hipotesis diterima. Kedua, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,619 sama dengan 61,9%. Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 61,9 %, yang artinya dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan kualitas peyananan berpengaruh dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.²

1. Penelitian sebelumnya menjelaskan pengaruh kualitas layanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan puskesmas Basuki

² Yeti Octavia, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu’ (IAIN BENGKULU, 2020).

Rahmad di kota Bengkulu. Sedangkan penelitian ini menjelaskan dampak layanan *Grabfood* terhadap peningkatan pendapatan rumah makan di Kota Parepare ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Adapun hasil dari 10 pengusaha Rumah Makan yang bergabung ke dalam aplikasi rata-rata mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan pendapatan, dan mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan *budget*, mempermudah transaksi, bahkan ada salah satu pemilik Rumah Makan yang mengalami peningkatan pendapatan dua kali lipat dari sebelumnya. Akan tetapi 2 dari 10 Rumah Makan tidak mengalami peningkatan pendapatan semenjak bekerjasama dengan layanan *GrabFood*.

Muhammad Hasan dan Dwi Wahyu Artiningsih dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Eksistensi Layanan *Go-Food* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Di Banjarmasin”. Menjelaskan bahwa eksistensi transportasi *online* (*Go-food*) dalam meningkatkan penjualan rumah makan di Banjarmasin, salah satunya adalah rumah makan kedai bunda yang mengalami peningkatan signifikan dengan pendapatan sebelum bekerjasama dengan transportasi *online* (*Go-food*) yaitu sebesar Rp530.845.000,- sedangkan sesudah bekerjasama dengan transportasi *online* (*Go-food*) sebesar Rp881.655.000,- dengan besar persentase 66%.

Kemudian dapat disimpulkan bahwa sesudah bekerjasama dengan transportasi *online* (*Go-food*) para pebisnis rumah makan di Banjarmasin memperoleh dampak positif yang berpengaruh pada sosial dan ekonomi seperti adanya penambahan karyawan dan peningkatan pendapatan pertahunnya.³

³Muhammad Hasan, Dwi Wahyu Artiningsih, And Teguh Wicaksono, ‘Analisis Eksistensi

Penelitian sebelumnya menjelaskan dampak layanan *Grabfood* terhadap peningkatan pendapatan rumah makan di Banjarmasin. Sedangkan penelitian ini menjelaskan dampak layanan *Grabfood* terhadap peningkatan pendapatan rumah makan di Kota Parepare ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

B. Tinjauan Teoritis

1. Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁴

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.⁵

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari

Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Di Banjarmasin’, *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 6.2 (2019), 15–27.

⁴ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm.230

⁵Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Eknomi*, (Jakarta: BinaGrafika, 2004), hlm. 79

profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan.⁶ sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. An-Nisa/4:29. tersirat tentang pendapatan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁷

Surat An-Nisa ayat 29 tersebut merupakan larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Memakan harta sendiri dengan jalan bathil adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat.

a. Macam-macam Pendapatan

Menurut Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers, pendapatan dapat digolongkan menjadi:

- 1) Pendapatan berupa uang, adalah semua penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan diterima sebagai balas jasa atau kontra prestasi.
- 2) Pendapatan berupa barang, adalah semua pendapatan yang sifatnya reguler dan diterima dalam bentuk barang.

⁶Djojohadikusumo Sumitro, Sejarah Pemikiran Ekonomi. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1990,)h. 27

⁷Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Al Karim, (Jakarta, Lautan Lestari, 2006)h.83.

- 3) Lain-lain penerimaan uang dan barang. Penerimaan ini misalnya penjualan barang-barang yang dipakai, pinjaman uang hasil undian, warisan, penagihan piutang dan lain-lain.⁸

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam melakukan usaha, karena di dalam menjalankan usaha tentu ingin mengetahui jumlah pendapatan yang diperoleh selama menjalankan usaha tersebut. Berdasarkan macam-macamnya digolongkan menjadi pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang dan lain-lain pendapatan uang dan barang.

b. Pembagian Pendapatan

- 1) Pendapatan pokok, yaitu pendapatan yang tiap bulan diharapkan diterima, pendapatan ini diperoleh dari pekerjaan utama yang bersifat rutin.
- 2) Pendapatan sampingan, yaitu pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan di luar pekerjaan pokok, maka tidak semua orang mempunyai pendapatan sampingan.
- 3) Pendapatan lain-lain, yaitu pendapatan yang berasal dari pemberian pihak lain, baik bentuk barang maupun bentuk uang, pendapatan bukan dari usaha.⁹

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh tiap-tiap individu dari bekerja atau berusaha yang dapat berupa uang, barang dan lain-lain penerimaan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

⁸Hartono Widodo, PAS (Pedoman Akuntansi Syari'ah), (Panduan Praktis Operasional BMT,Bandung, Mizan, 2000)h. 64

⁹Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi, (Yogyakarta, cetakan ke-empat, Ekonosia 2007)h.68

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

1) Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

2) Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

4) Keuletan Bekerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

5) Banyak sedikitnya modal yang digunakan.

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

6) Modal atau Capital.

Dalam pengertian ekonomi umum mencakup benda-benda seperti tanah, gedung-gedung, mesin-mesin, alat perkakas, dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan usaha. Sehubungan dengan kegiatan operasi badan usaha, modal.¹⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yang sangat berpengaruh ialah modal, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.

2. Layanan Konsumen

1) Perilaku Konsumen

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka lebih mendalam, sehingga menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.¹¹

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka.¹²

¹⁰ Hartono Widodo, PAS (Pedoman Keuangan Syar'ah), h.64

¹¹ Ekawati Rahayu Ningsih, Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik Dalam Pemasaran), Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hal. 7-8.

¹² Bilson Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 3-4.

Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli yaitu:

- a) Schiffman dan Kanuk, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.¹³
- b) Menurut J.F Engel pengertian perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan, persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹⁴

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.¹⁵

Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang atau jasa untuk selanjutnya dibeli dan dimiliki.¹⁶ Studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, h.4

¹⁴ T Hani Handoko and Basu Swasta, 'Perilaku Konsumen', *Yogyakarta: BPFE*, 2008.

¹⁵ A. A Anwar Prabu Mangkunegara, *Op Cit*, h.4

¹⁶ Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*, Gelisa, Kudus, 2009, h.77

mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi).¹⁷

Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan perilaku yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk guna memenuhi kebutuhannya. Sepanjang proses yang berawal dari timbulnya kebutuhan sampai pada keputusan beli, mengkonsumsi produk dan menyingkirkan produk bila sudah habis atau tidak digunakan lagi.¹⁸

Minat berbelanja termasuk suatu perilaku konsumen. Konsumen akan merespon suatu stimulan yang diberikan dengan suatu tindakan. Seperti harga yang rendah akan menimbulkan perilaku konsumen yang cenderung meningkatkan minat yang tinggi. Promosi yang intens akan membangkitkan keinginan konsumen untuk tertarik membeli suatu produk. Dan tempat yang strategis akan membuat konsumen ingin berbelanja di tempat tersebut.¹⁹

Perilaku konsumen dipelajari agar lebih memahami tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli. Pengetahuan ini kemudian dipakai untuk menciptakan cara untuk memuaskan/memenuhi kebutuhan mereka dan menciptakan pendekatan yang baik untuk berkomunikasi dan mempengaruhi mereka. Jadi, itu semua adalah kajian-kajian yang sangat mendasar dalam seluruh kegiatan pemasaran. Sebagai pemasar, perilaku konsumen merupakan pegangan untuk benar-benar menjadikan dirinya digerakkan oleh pasar/ konsumen, sehingga mustahil bila seorang pemasar atau

¹⁷Ujang Sumarwan, Op Cit, h.6

¹⁸Ristiyanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw, Perilaku Konsumen, Andi Offset, Yogyakarta, 2005, h.241

¹⁹Handoko and Swasta.

ahli pemasaran mengabaikan pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen.²⁰

Perilaku konsumen termasuk di antara deretan perilaku yang sangat cepat berubah, karena ia berkaitan dengan keseharian masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Perubahan ini harus dapat ditangkap dengan baik supaya setiap permasalahan dalam perubahan tersebut dapat segera ditanggulangi.²¹ Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa.

2) Kualitas Pelayanan

Tjiptono menyatakan, *service quality* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono dan Chandra menyatakan, keunggulan layanan dapat dibentuk melalui pengintegrasian empat pilar *service excellence* yang saling berkaitan erat, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan pelayanan.²²

Kualitas menurut *American Society for quality control* adalah keseluruhan dari ciri – ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten,

²⁰Ujang Sumarwan, 'Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran', Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

²¹Muhammad Muflih, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, h.29-30

²²Jackson R S Weenas, 'Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.4 (2013).

dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi – spesifikasinya.²³ Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

3. Layanan *GrabFood*

Perusahaan *Grab* adalah perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi saja. Untuk kendaraan tetap milik mitra yang sudah bergabung di PT. *Grab* Indonesia. Para pengemudi disini sudah terseleksi, berlisensi dan telah melewati pelatihan keselamatan atau *training online* oleh perusahaan *Grab* melalui *handphone* masing-masing calon mitra. Sehingga mitra yang memenuhi syarat yang dapat menjadi anggota *driver online* di PT. *Grab* Indonesia. Jika dinyatakan lolos, mitra akan mendapat *username* dan *password* yang dikirim melalui *email* untuk masuk ke akun *driver* dan dapat digunakan. Perusahaan aplikasi penyedia jasa transportasi *online* PT. *Grab* Indonesia telah beroperasi di beberapa kota di Indonesia salah satunya di kota Madiun. *Grab* menyediakan dua fitur layanan yaitu *Grabcar* dan *Grabbike*. Di dalam aplikasi *Grabbike* ada beberapa fitur layanan diantaranya *Grabexpress* dan *Grabfood*.²⁴ Layanan *GrabFood* adalah sebuah fitur penyedia jasa transportasi *online*.

²³Faizatul Muawanah Zakaria, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Sasaran Keselamatan Pasien Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Prima Husada Malang', *Jurnal Ilmu Manajemen Unisma*, 2.2 (2017), 107–98.

²⁴Fanora Qumala, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Layanan Jasa *GrabFood* (Studi Kasus Di Grab Madiun)' (IAIN PONNOROGO, 2019).

a. Jenis-jenis Layanan *Grab*

Layanan jasa *Grab* tidak hanya *Grabbike* saja, *Grab* juga menyediakan berbagai layanan transportasi lainnya seperti *Grabcar*, *Grabexpress*, *GrabHitch*, *Grabpay* dan *Grabfood*. Berikut ini merupakan penjelasan dari berbagai macam pelayanan yang disediakan Perusahaan *Grab*:

- 1) *Grabcar*, adalah penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman.
- 2) *Grabexpress*, adalah layanan kurir ekpress berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan.
- 3) *GrabHitch*, adalah layanan berbagi tumpangan menggunakan sepeda motor/mobil dengan mencocokkan pengemudi yang melakukan perjalanan ke tempat kerja dengan penumpang dengan arah/rute yang sama, sehingga memungkinkan keduanya melakukan perjalanan bersama-sama.
- 4) *Grabpay*, adalah layanan yang memungkinkan pelanggan menikmati pelayanan non-tunai. *Grab* Indonesia menjalin kerjasama dengan Bank Mandiri *e-cash*. *Grabpay* Credits ini memiliki mitra lokal selain Bank Mandiri yaitu ATM Prima, BCA, BNI, BRI, CIMB Niaga, dan Bank Permata.
- 5) *Grabfood*, adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia. *Grabfood* hanya menjalin kerjasama dengan restoran terbaik.

b. Gambaran Umum Jasa Layanan *Grabfood*

Layanan *Grabfood* yang pertama kali diluncurkan pada 2016 kini telah berkembang hingga ke enam negara: Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Di Indonesia, *Grabfood* telah hadir di 178 kota. Tahun 2018, volume pengirimannya telah tumbuh hampir 10 kali lipat dalam periode

Desember 2017-Desember 2018, dan jumlah *merchant* tumbuh delapan kali lipat. Bahkan, *Grabfood* berhasil mencatatkan berbagai pencapaian dalam tempo yang singkat, termasuk menjadi aplikasi pesan-antar makanan tercepat nomor satu berdasarkan survei yang dilakukan Kantar, perusahaan riset pihak ketiga.²⁵

Data terbaru dari perusahaan riset pasar pihak ketiga lainnya, Nielsen, menunjukkan, tiga dari empat responden di Jakarta mengatakan bahwa pengiriman yang cepat adalah alasan mereka menggunakan layanan *Grabfood*. Secara regional, *Grabfood* berhasil mencatatkan berbagai pencapaian dalam tempo yang singkat, dibandingkan pemain lain yang telah beroperasi lebih dulu.

Sebagai wujud komitmen pelayanan, *Grabfood* memperkenalkan sistem pesan-antar terintegrasi *Grabfood* yang ditujukan untuk meningkatkan pengalaman, baik bagi pelanggan, mitra pengemudi, maupun mitra *merchant*. Melalui sistem terintegrasi ini, pesanan dari pelanggan akan langsung diterima sistem pemesanan *merchant* dan aplikasi mitra pengemudi pada waktu yang sama. Dengan sistem ini, pelanggan akan menerima pesanan mereka dengan cepat, dan mitra pengemudi bisa menyelesaikan lebih banyak pesanan.

Dalam lima bulan setelah bergabung dengan *Grabfood*, para *merchant* di Indonesia mendapatkan 88% pendapatan inkremental yang lebih besar. Tidak hanya *merchant*, mitra pengemudi mendapatkan 40% penghasilan lebih banyak dengan mengambil pekerjaan pengantaran makanan, di luar pendapatan dari layanan transportasi. Dengan memanfaatkan data, kami dapat membantu mitra *merchant* untuk mengembangkan bisnisnya dan juga berinvestasi dalam kampanye gabungan bersama para *merchant* untuk mempromosikan *brand* mereka.

²⁵ <https://www.grab.com/id/>, (diakses pada tanggal 28 oktober 2019 , jam 17.15)

Layanan *Grabfood* ada dua jenis resto yang dapat di pilih konsumen yaitu resto pilihan dan resto biasa. Untuk yang resto pilihan ini cara pembayarannya menggunakan *Grabpay*, sehingga bisa dikatakan lebih aman untuk *driver* dan bisa terhindar dari pembatalan sepihak dari 40 konsumen atau dari orderan fiktif. Sedangkan untuk *resto* biasa ini sangat rawan dengan pembatalan sepihak dari konsumen atau order fiktif karena cara pembayarannya itu dengan sistem tunai atau *cash*.²⁶

GrabFood menjaga kualitas makanan, dengan memperkenalkan Tas *Grabfood* bagi pengemudi, yang dilengkapi lapisan luar anti-air dan lapisan dalam termal untuk menjaga suhu makanan. Partisi pembagi ruang juga disediakan untuk meletakkan hingga delapan minuman dalam posisi tegak. Tersedia juga tempat penyimpanan bukti pembelian dan sabuk pengaman agar lebih stabil saat membawa pesanan pelanggan.

Baru-baru ini *Grab* juga meluncurkan fitur inovatif Langganan Paket Hemat yang memungkinkan pelanggan berlangganan paket promo dengan harga tetap yang akan diperpanjang secara otomatis di setiap siklus penagihan. Fitur ini menawarkan paket berlangganan yang lebih hemat kepada pengguna dengan *vocher Grabfood* yang bisa dipakai untuk melakukan pesanan makanan apa saja, tanpa minimum *order*, serta dapat digunakan sepanjang periode berlangganan. Paket berlangganan ini terbagi menjadi tiga paket, yaitu Paket 75.000, Paket 125.000, dan Paket 250.000, yang berlaku untuk sebulan setelah pelanggan membeli paket di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar, Bali, Semarang, Yogyakarta, Manado, Palembang, dan Lampung.²⁷ para *merchant* di Indonesia

²⁶ Okta, Hasil Wawancara, Madiun 28 Oktober 2019

²⁷Fanora Qumala. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Layanan Jasa *GrabFood* skripsi (Study Kasus Di Grab Madiun). (IAIN PONOROGO, 2019).

mendapatkan 88% pendapatan inkremental yang lebih besar. Tidak hanya *merchant*, mitra pengemudi mendapatkan 40% penghasilan lebih banyak dengan mengambil pekerjaan pengantaran makanan, di luar pendapatan dari layanan transportasi

4. Konsep Ekonomi Islam

Pemahaman Islam mengajarkan bahwa merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin melaksanakan semua *syari'ah* (aturan) Islam di segala aspek kehidupan, termasuk dalam pencaharian kehidupan (ekonomi).

Demikian pula aspek ekonomi Islam yang merupakan bagian ilmu sosial, tidak lepas dari konsep-konsep Islam (*syari'ah*) yang harus dilaksanakan dalam bidang tersebut. Hubungan Islam komprehensif dengan ekonomi Islam, yaitu bahwa kajian ekonomi Islam mencakup aspek *mu'amalah*, *mu'asyarah*, akhlak, dan sebagai landasannya adalah *aqidah* dan *ubudiah*.²⁸

Pada hakikatnya, belum ada definisi yang baku mengenai ekonomi Islam. beberapa definisi di bawah ini tidak terlepas dari profil, background pendidikan, keluarga, kondisi sosial, politik, dan ekonomi yang dialami oleh sang tokoh pada masa itu. Terlepas dari itu semua, semuanya tetap merujuk kepada Al-Qur'an dan Al-hadits sebagai sumber rujukan pertama dan utama.

a. Definisi ekonomi dalam Islam menurut para ahli:

1) S.M. Hasanuzzaman,

“ilmu ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi ajaran-ajaran dan aturan- aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam pencarian dan

²⁸Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta:Penerbit Erlangga, 2012), h. 3-4.

eksplorasi berbagai macam sumber daya, untuk memberikan kepuasan (*satisfaction*) lahir dan batin bagi manusia serta memungkinkan mereka melaksanakan seluruh kewajiban mereka terhadap Sang Kholiq dan masyarakat.”

2) M.A. Mannan,

“ilmu ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari permasalahan ekonomi dari orang-orang yang memiliki nilai-nilai Islam.”

3) Khursid Ahmad,

“ilmu ekonomi Islam adalah suatu upaya sistematis untuk mencoba memahami permasalahan ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungannya dengan permasalahan tersebut dari sudut pandang Islam”

4) M.N. Siddiqi,

“ilmu ekonomi Islam merupakan respon para pemikir muslim terhadap tantangan- tantangan ekonomi pada masa hidup mereka. Yang sumber utamanya al-Qur’an dan as-Sunnah maupun akal dan pengalaman “.

5) M. Akram Khan,

“ilmu ekonomi Islam bertujuan mempelajari kesejahteraan manusia (*falah*) yang dicapai dengan mengorganisir sumber-sumber daya bumi atas dasar kerjasama dan partisipasi.”

6) Louis Cantori,

“ilmu ekonomi Islam tidak lain merupakan upaya untuk merumuskan ilmu ekonomi yang berorientasi manusia dan berorientasi masyarakat yang menolak eksek individualisme dalam ilmu ekonomi klasik .”

7) Munawar Iqbal,

“ekonomi Islam adalah sebuah disiplin ilmu yang menjadi cabang dari syariat Islam. Dalam perspektif Islam, wahyu dipandang sebagai sumber

utama IPTEK (*mamba'ul 'ilmi*). Kemudian Al-Qur'an dan Al-hadits dijadikan sebagai sumber rujukan untuk menilai teori-teori baru berdasarkan doktrin-doktrin ekonomi Islam.”²⁹

Ekonomi Islam adalah ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material agar memenuhi kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.³⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa Ekonomi Islam adalah “ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif Islam”.³¹ Dari berbagai pengertian mengenai Ekonomi Islam, dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu dan praktek kegiatan ekonomi yang didasarkan pada ajaran Islam yang mencakup cara memandang permasalahan ekonomi, menganalisis, dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai masalah ekonomi untuk mencapai *falah*. Adapun yang dimaksud dengan *falah* adalah kebahagiaan dunia dan akhirat.

²⁹Adinugraha, dan Hendri Hermawan, *Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam* (Media:2013), h. 6.

³⁰Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 19.

³¹Tim Penyusun Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2008), h. 31.

b. Sistem Ekonomi Islam

Sistem ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut ialah Al-Qur'an, As-Sunnah, *ijma'*, dan *qiyas*.³² Namun begitu, hal yang paling utama untuk diperhatikan adalah komponennya itu sendiri. Sebab proses dan tujuan hanya sebagai pelengkap dari sebuah sistem.³³ Secara garis besar sistem ekonomi di dunia hanya ada tiga, yaitu sistem ekonomi Kapitalis, sistem ekonomi Sosialis, dan sistem ekonomi Islam. Sistem ekonomi Kapitalisme dan sistem ekonomi Sosialisme tidak dapat bersatu disebabkan oleh dua perbedaan komponen dan sumber komponennya. Komponen sistem ekonomi Islam adalah 'hukum (*syariah*) dan sumber komponennya adalah berasal dari aqidah Islam'.³⁴

Ilmu Ekonomi Islam merupakan teori atau hukum-hukum dasar yang menjelaskan perilaku-perilaku antar variabel ekonomi dengan memasukkan unsur norma ataupun tata aturan tertentu (*unsur Ilāhiyah*). Oleh karena itu, Ekonomi Islam tidak hanya menjelaskan fakta-fakta secara riil, tetapi juga harus menerangkan idealitas yang seyogyanya dapat dilakukan, dan apa yang seharusnya terjadi dan dikesampingkan atau dihindari, idealita ini dilandasi atas dasar nilai (*value*) dan norma (*norm*) tertentu, baik secara eksplisit maupun implisit, kemudian inilah yang disebut dengan ekonomi normatif. Sedangkan ekonomi positif bahasannya lebih terfokus kepada realitas relasi ekonomi atau mengenai fenomena yang nyatanya terjadi.

³²Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Edisi Pertama (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2010), h. 11.

³³Krismiaji, *Sistem Informasi Akuntansi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2002), h. 1-2.

³⁴Taqiyuddin an Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Terjemahan Maghfur Wachid (Surabaya: Risalah Gusti, 1996), h. 47.

Menurut Adiwarman Azhar Karim, dengan demikian, maka ekonom muslim, perlu mengembangkan suatu ilmu ekonomi yang khas, yang dilandasi oleh nilai-nilai Iman dan Islam yang tidak hanya dihayati tetapi juga diamalkannya, yaitu ilmu ekonomi Islam. Sebuah sistem ekonomi yang juga menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi dengan memasukkan tata aturan syari'ah sebagai variabel independent (ikut mempengaruhi segala pengambilan keputusan ekonomi), yang berasal dari Allah SWT. meliputi batasan-batasan dalam melakukan kegiatan ekonomi. Proses integrasi norma dan aturan syariah ke dalam ilmu ekonomi, disebabkan adanya pandangan bahwa kehidupan di dunia tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan di akhirat. Semuanya harus seimbang karena dunia adalah sawah atau ladang akhirat. Keuntungan (*return*) yang kelak diperoleh seseorang di akhirat, bergantung pada apa yang ia telah investasikan di dunia. Lebih lanjut Chapra mengemukakan bahwa sesungguhnya sistem ekonomi Islam telah terbentuk dan berkembang secara berkala sebagai subyek interdisipliner sesuai dengan paradigma Islam.³⁵

Bahasan dari tujuan sistem ekonomi Islam menunjukkan bahwa kesejahteraan materil berdasar pada dasar yang tak tergoyahkan bagi nilai-nilai rohani yang mendasar suatu hal yang sangat dibutuhkan dalam filosofi ekonomi Islam. Yang sangat mendasar dari sistem Islam adalah menjadi berbeda dari sosialisme dan kapitalisme, yang mana keduanya duniawi dan tidak berorientasi ke nilai-nilai rohani. Apapun usaha untuk menunjukkan persamaan Islam dengan kapitalisme maupun sosialisme hanya dapat mempertunjukkan suatu ketiadaan pemahaman karakteristik dasar dari tiga sistem. Sistem Islam secara pasang surut didedikasikan kepada persaudaraan manusia yang ditemani oleh keadilan sosial, ekonomi, dan distribusi pendapatan yang patut, serta kepada kebebasan individu

³⁵Adinugraha dan Hendri Hermawan, *Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam*, h. 57.

dalam konteks kesejahteraan sosial.³⁶

Ekonomi Islam dibangun atas bangunan perekonomian yang didirikan atas landasan tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa. Di sini dibutuhkan cara-cara penyesuaian atau penyelesaian masalah ekonomi yang dapat dicapai agar peningkatan penjualan dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan pelaksanaan dari prinsip-prinsip yang lalu.

c. Tujuan Ekonomi Islam

Kegiatan ekonomi sebenarnya adalah kegiatan manusia untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Dalam rangka melaksanakan kegiatan inilah diperlukan aturan-aturan lain yang mestinya sarat dengan muatan moral agar tidak timbul kekacauan dan kesulitan. Namun setelah itu kegiatan ekonomi lebih banyak didominasi oleh logika-logika manusia yang saling bertentangan satu dengan lainnya, yang mengakibatkan semakin melebarnya jurang pemisah antara golongan kaya dan dengan golongan miskin. Demikian pula sistem ekonomi sosial komunis yang didominasi oleh perencanaan dan penguasaan alat-alat produksi secara terpusat oleh negara karena mengabaikan hak-hak individual ternyata juga tidak membawa kesejahteraan kepada umat muslim.³⁷

Segala peraturan yang diturunkan Allah SWT dalam sistem Islam mengarah pada tercapainya kebaikan, kesejahteraan, keutamaan, serta menghapuskan kejahatan, kesengsaraan, dan kerugian pada seluruh ciptaanya. Demikian pula dalam hal ekonomi, tujuannya adalah membantu manusia mencapai kemenangan di dunia dan diakhirat.³⁸

³⁶Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, h. 247.

³⁷Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 109.

³⁸Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.10

Ekonomi Islam atau ekonomi syariah mempunyai tujuan untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi.

d. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam adalah seperangkat ajaran Islam yang mendasari dan menjadi acuan segala aktivitas ekonomi manusia (umat Islam). Nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar tersebut berdasarkan Al-Quran dan as-Sunnah.

Kemudian sebagai ekonomi yang bersifat *Rabbani* maka Ekonomi Islam mempunyai sumber “nilai-nilai normatif-imperatif” (meminjam istilah dari Ismail Al Faruqi), sebagai panduan serta pedoman yang mengikat. Dengan mengakses kepada aturan Ilahiyah (ketuhanan), setiap perbuatan manusia mempunyai unsur moral, etika, dan ibadah. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal merefleksikan moralitas yang baik, dan secara horizontal memberi manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya. Nilai moral *samahah* (lapang dada, lebar tangan dan murah hati) ditegaskan sebagai prasyarat bagi pelaku ekonomi untuk mendapatkan rahmat atau kasih dari Tuhan, baik selaku pedagang/pebisnis, produsen, konsumen, debitor maupun kreditor. Prinsip atau nilai sebagai landasan dan dasar pengembangan ekonomi Islam terdiri dari 5 (lima) nilai universal, yaitu: *tauhid* (keimanan), *‘adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah* (pemerintahan), dan *ma’ad* (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori ekonomi Islam.

Rincian dari nilai-nilai universal ekonomi Islam tersebut dapat dijelaskan serta dipaparkan sebagai berikut:

1) *Tauhid* (Keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi fundamental ajaran Islam. Bahwa *tauhid* itu yang membentuk 3 (tiga) asas pokok filsafat Ekonomi Islam, yaitu: *Pertama*, "dunia dengan segala isinya adalah milik Allah Swt dan berjalan menurut kehendak-Nya" sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS. Al-Ma'idah/5:20 dan QS. Al-Baqarah/2:6:

وَإِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ أذكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَعَلَ فِيكُمْ أَنْبِيَاءَ وَجَعَلَكُمْ مُلُوكًا وَآتَاكُمْ مَا لَمْ يُؤْتِ أَحَدًا مِّنَ الْعَالَمِينَ ﴿٢٠﴾

Terjemahannya:

Dan (ingatlah) ketika Musa berkata kepada kaumnya: "Hai kaumku, ingatlah nikmat Allah atasmu ketika Dia mengangkat nabi nabi diantaramu, dan dijadikan-Nya kamu orang-orang merdeka, dan diberikan-Nya kepadamu apa yang belum pernah diberikan-Nya kepada seorangpun diantara umat-umat yang lain".³⁹

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا سَوَاءٌ عَلَيْهِمْ أُنذِرْتَهُمْ أَمْ لَمْ تُنذِرْهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ ﴿٦١﴾

Terjemahannya:

Sesungguhnya orang-orang kafir, sama saja bagi mereka, kamu beri peringatan atau tidak kamu beri peringatan, mereka tidak juga akan beriman.⁴⁰

Manusia sebagai *khalifah*-Nya hanya mempunyai hak kepemimpinan (*khilafat*) dan pengelolaan yang tidak mutlak/absolut, serta harus tunduk melaksanakan hukum-Nya. Akibatnya apabila kita menggunakan *mafhum mukhalafah*, dapat dikatakan bahwa mereka yang menganggap kepemilikan

³⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Al Karim, (Jakarta, Lautan Lestari, 2006)h.83.

⁴⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Al Karim, (Jakarta, Lautan Lestari, 2006)h.83.

secara mutlak/tak terbatas berarti telah ingkar kepada hukum Allah SWT. Implikasi dari status kepemilikan menurut Islam adalah hak manusia atas barang atau jasa itu terbatas. Hal ini jelas berbeda dengan kepemilikan mutlak oleh individu pada sistem kapitalis dan oleh kaum proletar pada sistem sosialis.

Kedua, "Allah SWT adalah pencipta semua makhluk dan semua makhluk tunduk kepada-Nya" (QS. Al-An'am: 142-145, QS. An-Nahl: 10-16, QS. Faathir: 27-29, QS. Az-Zumar: 21).

Dalam perspektif Islam, kehidupan di dunia hanya dipandang sebagai ujian dan sementara (tidak kekal/abadi), dimana akan diberikan kenikmatan dengan surga yang abadi bagi mereka yang dikasihi-Nya, sebagai sesuatu yang sifatnya non materil, yang tidak dapat dijadikan patokan dan tidak dapat diukur dengan sesuatu yang pasti (absolut), dan ini sulit untuk dimasukkan ke dalam analisis ekonomi konvensional. Sedangkan ketidakmerataan karunia atau nikmat dan kekayaan yang diberikan Allah kepada setiap makhluk-Nya merupakan kuasa dan kehendak Allah semata. Dengan tujuan agar mereka yang diberi kelebihan nikmat bisa selalu bersyukur kepada Sang pemberi rizki dengan cara menyisihkan dan memberikan sebagian hartanya kepada orang-orang yang berhak menerimanya (delapan *ashnaf*). Sehingga akan tumbuh aktivitas ekonomi yang merata secara egaliter.

Ketiga, secara horizontal iman kepada Hari Akhir (kiamat) akan mempengaruhi perilaku manusia dalam aktivitas ekonomi. Misalnya seorang muslim yang ingin melakukan aktivitas ekonomi tertentu, maka ia juga akan mempertimbangkan akibat setelahnya (akibat jangka panjang). Hal ini bermaksud agar setiap individu muslim dalam memilih aktivitas ekonomi tidak hanya memikirkan kenikmatan sesaat kala itu saja (jangka pendek) akan tetapi ia selalu berfikir akibat baik dan buruknya jauh ke depan. Karena kehidupan di

dunia hanya ”numpang lewat” untuk mencari bekal kelak di akhirat.

2) *‘Adl* (Keadilan)

Allah adalah Sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini, dan *‘adl* (keadilan) merupakan salah satu sifat-Nya. Allah menganggap semua manusia itu sama (*egalitarianism*) di hadapan-Nya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi pembeda bagi-Nya hanya tingkat ketaqwaan setiap individunya. Implikasi prinsip *‘adl* (keadilan) dalam ekonomi Islam ialah: pemenuhan kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat, sumber pendapatan yg terhormat, distribusi pendapatan dan kekayaan secara merata, dan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang baik. Allah memerintah kepada manusia agar dapat berlaku adil dalam segala hal, terutama kepada mereka yang sedang diamanahi kekuasaan dan mereka yang senantiasa berhubungan dengan transaksional bermu’amalah atau berniaga.

3) *Nubuwwah* (Kenabian)

Karena sifat cinta, kasih, sayang, dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan semena-mena hidup di dunia ini tanpa mendapat petunjuk dan bimbingan dari-Nya. Maka dari itu diutuslah para nabi dan rasul sebagai delegasi dalam menyampaikan petunjuk Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik, benar, dan berkah (*hayatun thoyyibah*) di dunia, dan mengajarkan jalan/cara untuk kembali kepada Allah jika ia melakukan kesalahan atau kekhilafan (*taubah*).

Nabi Muhammad juga merupakan nabi terakhir dan nabi penyempurna dalam ajaran Islam, sehingga tidak heran jika ia memiliki 4 (empat) sifat yang sering dijadikan landasan dalam aktivitas manusia sehari-hari termasuk juga dalam aktivitas ekonomi dan bisnis karena selain bidang leadership ia juga sangat berpengalaman dalam bidang perdagangan, berikut penjelasan

implementasi 4 (empat) sifat Nabi dalam aktivitas ekonomi dan bisnis.

Pertama, *Siddiq* (benar, jujur, valid). Idealnya sifat ini dapat menjadi visi hidup setiap manusia. Dari sifat *siddiq* ini akan muncul konsep turunan, yaitu efektivitas dan efisiensi. Efektivitas dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang tepat (*on time*) dan benar (*all right*), sedangkan efisiensi adalah melakukan aktivitas dengan benar dan hemat, maksudnya menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan *kemubadziran*;

Kedua, *Amanah* (responsibility, dapat dipercaya, kredibilitas). Apabila sifat ini diimplementasikan dalam praktek maka akan membentuk pribadi yang kredibel dan memiliki sikap penuh tanggung jawab. Kolektifitas dari setiap individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi dapat menciptakan masyarakat yang kuat. Sifat *amanah* memiliki posisi yang fundamental dalam aktivitas ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab dalam berperilaku, maka kehidupan ekonomi dan bisnis akan amburadul (tidak stabil).

Ketiga, *Fathanah* (kecerdasan, kebijaksanaan, profesionalitas, intelektualitas). Sifat ini dapat dijadikan strategi dalam hidup, karena untuk mencapai *ma'rifatullah* (mengenal Allah melalui ayat-ayat dan tanda-tanda kebesaran-Nya), setiap individu harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi paling bernilai yang menjadi pembeda manusia dengan makhluk lain dan hanya dianugerahkan pada manusia adalah *al-'aqlu* (intelektualita). Implikasi sifat ini dalam aktivitas ekonomi dan bisnis adalah bahwa segala aktivitas ekonomi harus dilakukan dengan ilmu atau kecerdasan, dan optimalisasi semua potensi akal (*al-'aqlu*) yang ada untuk mencapai tujuan (*goal*). Memiliki kredibilitas dan responsibility yang tinggi saja belum cukup dalam menjalankan kehidupan berekonomi dan berbisnis.

Tetapi apabila dilengkapi dengan akal cerdas dan sikap profesionalitas yang mumpuni maka hal ini akan lebih mudah dalam menjalankannya (konsep "work hard and smart").

Keempat, *Tabligh* (komunikatif, transparansi, marketeble). Merupakan *soft skill* yang selayaknya dimiliki oleh setiap manusia, karena setiap pribadi beragama mengemban tanggung jawab penyampaian (*da'wah*). Sifat *tabligh* dalam ekonomi dan bisnis menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal, interpersonal), seperti penjualan, pemasaran, periklanan, pembentukan opini masa, dan lain sebagainya.

4) *Khilāfah* (Pemerintahan)

Khilafah merupakan representasi bahwa manusia adalah pemimpin (*khalifah*) di dunia ini dengan dianugerahi seperangkat potensi mental dan spiritual oleh Allah SWT, serta disediakan kelengkapan sumberdaya alam atau materi yang dapat dimanfaatkan dalam rangka untuk sustainibilitas atau keberlangsungan hidupnya. Sehingga konsep *khilāfah* ini melandasi prinsip kehidupan kolektif manusia atau *hablum minannas* dalam Islam. Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (*mu'amalah*) antar pelaku ekonomi dan bisnis, agar dapat meminimalisir kekacauan, persengketaan, dan keributan dalam aktivitas mereka.

Implikasi dari prinsip *khilāfah* dalam aktivitas ekonomi dan bisnis adalah: persaudaraan universal, kepercayaan bahwa sumber daya adalah amanah, kewajiban agar berpola hidup hemat dan sederhana, dan setiap individu memiliki kebebasan yang dapat dipertanggungjawabkan dan kebebasan tersebut dibatasi dengan kebebasan antar sesama manusia sebagai wujud dari *hablum minannas*. Semua itu dalam rangka untuk mencapai tujuan syariah (*maqāshid as-syariah*), yang mana *maqāshid as-syariah* dalam perspektif Al-Ghazali

adalah untuk menciptakan kemaslahatan dan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan menjaga atau melindungi agama (*hifzu ad-din*), jiwa (*hifzu an-nafs*), akal (*hifzu al-'aql*), keturunan (*hifzu an-nasl*), dan harta manusia (*hifzu al-māl*).

5) *Ma'ād* (Hasil)

Pada dasarnya manusia diciptakan di dunia ini untuk berjuang, dari belum bisa berjalan menjadi bisa berlari, dari belum bisa melafalkan kata-kata menjadi bisa berbicara, dan masih banyak contoh lainnya. Dalam perspektif Islam dunia adalah ladang akhirat, maksudnya dunia merupakan tempat bagi manusia untuk mencari bekal dengan bekerja, beraktivitas, dan beramal shaleh. Kelak amalnya itu akan mendatangkan kebahagiaan dan mendapatkan balasan, baik semasa hidup di dunia maupun ketika di akhirat nanti.

Pada prinsipnya perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan, dan demikian juga sebaliknya. Oleh karena itu, *ma'ād* bermakna balasan, imbalan, ganjaran. Menurut Imam Al-Gazhali implikasi konsep *ma'ād* dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, mendapatkan profit/laba sebagai motivasi para pelaku bisnis. Laba tersebut bisa didapatkan di dunia dan bisa juga kelak akan diterima di akhirat. Karena itu konsep profit/laba mendapatkan legitimasi dalam Islam

Ekonomi sebagai kegiatan manusia memenuhi kebutuhannya, maka pemikiran dasar ekonomi Islam dapat dikemukakan sebagai berikut; Allah menciptakan alam dan manusia. Sebagai pencipta, Dia juga adalah pemelihara makhluk termasuk manusia. Dalam kaitan ini Allah memberikan kewenangan kepada manusia untuk mengelola dan mengatur lingkungan dan kehidupannya. Manusia adalah *khalifah* Allah. Dengan demikian, apa yang terdapat di bumi adalah amanah Allah kepada manusia, dengan kewenangan yang dimilikinya

manusia mengelola alam lingkungannya dan memanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.⁴¹

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi *Rabbani* dan *Insani*. Disebut ekonomi *Rabbani* karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai *ilahiah*. Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi *Insani* karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia.⁴²

e. Prinsip-prinsip ekonomi Islam secara umum sebagai berikut:

- 1) *Tauhid*. Keyakinan dasar manusia adalah Iman kepada Allah yang Esa, yang memelihara manusia dengan memberi rezeki manusia berdasarkan usahanya. Rezeki adalah ungkapan produk manusia yang dapat berwujud benda material ataupun immaterial (jasa dan pengetahuan). Kegiatan produksi harus berdasarkan aturan dan ajaran Islam. Demikian pula halnya dengan kegiatan konsumsi. Penyimpanan dari moral tersebut tidak mewujudkan rububiah Allah, justru sebaliknya kehancuran lingkungan dan kesengsaraan manusia yang muncul. Penyelenggaraan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran dan aturan Islam merupakan ibadah sebagai aktualisasi *Tauhid Uluhiah*.
- 2) *Istikmar* dan *Istikhlaf*. Prinsip ini mengandung makna manusia diberi kewenangan mengelola bumi dan isinya dan dalam pengelolaan itu manusia dibebani tugas menerapkan aturan-aturan agama dan mengembangkan norma-norma dari ajaran-ajaran agama. Dengan prinsip ini maka segala nikmat yang dimiliki manusia adalah amanah dari Allah SWT. Implikasi prinsip ini adalah adanya kebebasan berkarya dan berproduksi (sebagai manifestasi hak *istikmar*) tetapi bertanggung jawab sebagai manifestasi hak *istikhlaf*. Implikasi lebih

⁴¹Fordeby, Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam; Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 446.

⁴²Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, h. 12

lanjut dari prinsip-prinsip ini adalah adanya aspek pengawasan dalam sistem ekonomi Islam.

- 3) Kemaslahatan dan keserasian. Kemaslahatan di sini bukanlah dalam arti kegunaan belaka. Maksudnya hasil produksi bukan saja bermanfaat tetapi juga tidak menimbulkan kerusakan. Dan ini dapat terwujud jika kegiatan ekonomi (produksi, distribusi dan konsumsi) sesuai dengan aturan-aturan dan ajaran-ajaran agama dan juga dengan hukum perundang-undangan. Dengan begitu maka kegiatan ekonomi akan harmoni dengan lingkungan manusia. Ia diterima oleh Allah sebagai suatu pengabdian memenuhi kebutuhan manusia dan tidak merusak lingkungan.
- 4) Keadilan. Prinsip ini mengandung makna seluruh proses kegiatan ekonomi harus berdasarkan hukum agama dan hukum qanuni yang menegaskan bahwa para rasul diutus Allah adalah dengan tujuan agar manusia hidup di atas keadilan (norma-norma hukum). Sebab tanpa hukum masyarakat akan kacau.
- 5) Kehidupan sejahtera dan kesentosaan dunia akhirat. Prinsip ini relevan dengan tujuan ekonomi Islam. Ini berarti segala kegiatan ekonomi bukanlah sekedar memenuhi kebutuhan hidup, tetapi lebih jauh lagi kegiatan yang memberikan nilai tambah dalam kehidupan manusia, yakni kehidupan yang dimiliki sekarang mempunyai daya akselerasi kehidupan selanjutnya dan juga memberikan kesentosaan dalam kehidupan dunia dan akhirat.⁴³

Ekonomi Islam merupakan suatu hal yang harus diimplementasikan dalam kehidupan bisnis. Tidak ada keraguan sebagai mayoritas pemeluk Islam untuk melaksanakan prinsip-prinsip yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist.

⁴³Fordeby, Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam; Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*

C. Tinjauan Konseptual

Agar penelitian ini memperoleh titik temu dan tidak multi tafsir dalam mengkaji Keberadaan Layanan *GrabFood* Terhadap Pendapatan Penjualan Rumah Makan Di Kota Parepare.

1. *GrabFood*

GrabFood yang dimaksud peneliti merupakan sebuah aplikasi atau *platform* yang menyediakan jasa pengantaran makanan secara *online*.

2. Pendapatan Penjualan

Pendapatan Penjualan yang dimaksud oleh peneliti ialah penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan yang dilakukan melalui layanan *GrabFood*.

3. Layanan Konsumen

Layanan konsumen yang dimaksud peneliti ialah servis yang disediakan oleh Rumah makan kepada pelanggan melalui layanan *GrabFood*.

4. Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti perspektif adalah satu cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendarat sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tingginya); 2 sudut pandang; pandangan.⁴⁴ Perspektif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu sudut pandang terhadap fenomena yang terjadi. Adapun permasalahan dalam penelitian ini akan dilihat dari sudut pandang ekonomi Islam.

Ekonomi Islam adalah ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang

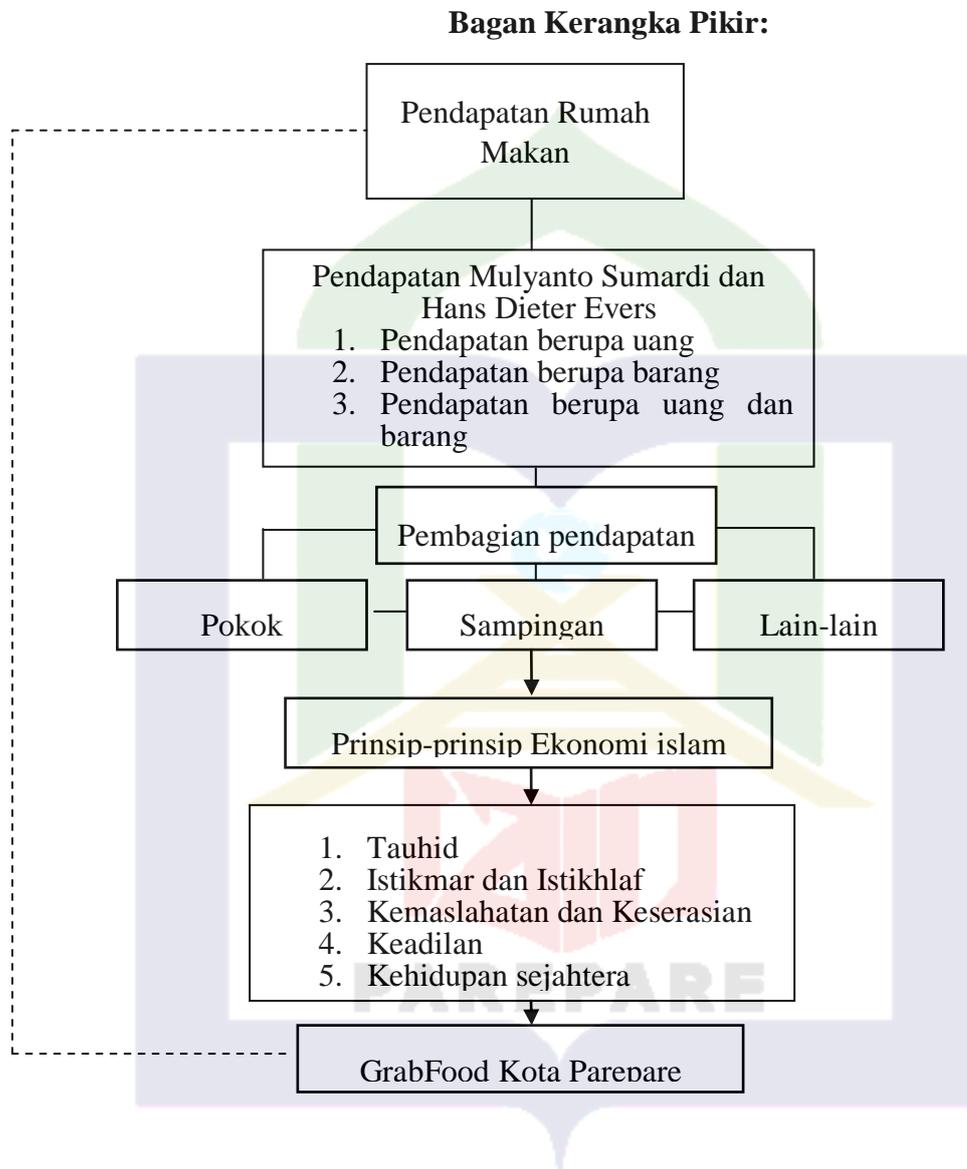
⁴⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* Edisi III, h. 1062.

mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material agar memenuhi kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.⁴⁵ Bukan hanya sebagai untuk menjaga keseimbangan dalam kehidupan ekonomi, tetapi merupakan sarana untuk menyalurkan sumber daya yang ada kepada orang-orang yang berhak menurut syariah.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan tujuan untuk mengetahui “keberadaan layanan *GrabFood* terhadap pendapatan penjualan rumah makan di Kota Parepare (perspektif ekonomi Islam)”, dan teori pendapatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers adapun teorinya pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang, dan pendapatan berupa uang dan barang. Adapun pembagian pendapatan dalam penelitian ini ialah pembagian pendapatan Pokok, sampingan, dan Lain-lain. selanjutnya pendapatan tersebut dianalisis berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam yaitu prinsip Tauhid, Istikmar dan Istikhlaf, kemaslahatan dan keserasian, keadilan, dan kehidupan sejahtera. Dimana penulis ingin mengetahui pendapatan penjualan rumah makan sebelum dan sesudah bergabung dengan layanan *GrabFood*. Kemudian setelah mengetahui pendapatan rumah makan, penulis ingin mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap keberadaan layanan *GrabFood* terhadap pendapatan penjualan rumah makan, apakah terealisasi sesuai dengan tujuan ekonomi Islam. Untuk mempermudah pemahaman berikut digambarkan sebuah bagan kerangka pikirnya

⁴⁵Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, h. 19.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

