

BAB V

HARGA, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRABBIKE DITINJAU DARI SUDUT PANDANG ISLAM

5.1. Harga Menurut Sudut Pandang Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli. Kotler dan Keller (2012), menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. Swastha (2010) menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga merupakan hal yang cukup sensitif pada konsumen dalam membeli suatu produk. Beberapa konsumen menganggap jika harga mahal, maka mempunyai kualitas yang tinggi, begitupun sebaliknya sehingga tingkat harga yang ditawarkan turut menentukan persepsi konsumen.

Harga menurut Yahya Ibn Umar (213-289 H) ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Namun beliau menambahkan bahwa mekanisme pasar itu harus tunduk pada kaidah-kaidah. Diantara kaidah-kaidah tersebut adalah melakukan intervensi pasar ketika terjadi tindakan sewenang-wenang dalam pasar yang dapat menimbulkan kemudratan bagi masyarakat (Hakim, 2015). Harga tidak boleh menzalimi pelanggan.

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Jual beli sendiri memiliki fungsi penting, mengingat jual beli merupakan salah satu aktifitas perekonomian yang “terakreditasi” dalam Islam (Karim, 2001).

Kepedulian Islam terhadap jual beli sebagai salah satu sendi perekonomian dapat dilihat dalam surat Al Baqarah ayat 275, bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (٢٧٥)

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah: 275)

Pentingnya pasar sebagai wadah aktifitas tempat jual beli tidak hanya dapat dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Dengan fungsi diatas, pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidak adilan yang mendzalimi pihak lain, karena peran pasar penting dan juga rentan dengan hal-hal yang dzalim, maka pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar. Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (*price intervention*) bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen (Maya, 2016).

Di masa Khulafaur Rasyidin, para khalifah pernah melakukan intervensi pasar, baik pada sisi *supply* maupun *demand*. Intervensi pasar yang dilakukan Khulafaur Rasyidin sisi *supply* ialah mengatur jumlah barang yang ditawarkan

seperti yang dilakukan Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah (Maya, 2016).

Persaingan dengan jasa transportasi sejenis membuat persaingan yang tercipta cukup besar, sehingga penyedia jasa transportasi harus pintar memperhitungkan harga yang ditawarkan untuk konsumen. Harga yang kompetitif cenderung lebih menarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Islam mengajarkan perilaku bisnis menjaga harga yang ditawarkan agar sesuai dengan produk yang dijualnya. Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا. (٣٥)

Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”* (QS, Al-Isra : 35).

Paparan ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan para pelaku usaha untuk menyempurnakan takaran saat menakar agar transaksi yang dilakukan benar-benar adil. Menepati takaran termasuk dalam penentuan harga, sehingga harga yang tercipta adalah harga yang tepat. Sesungguhnya menepati takaran dan timbangan lebih baik bagi kalian di dunia, sebab hal itu dapat membuat orang senang bermuamalah dengan kalian. Dengan upaya tersebut diharapkan konsumen tidak enggan untuk melakukan pembelian ditempat yang sama (Khoiruddin, 2015).

Merujuk pada uraian diatas maka dapat diketahui bahwa strategi harga yang ditetapkan oleh Grab sesuai dengan kehendak Allah yang *sunnatullah* atau hukum *supply* dan *demand*. Oleh karena itu, harga sesuai dengan kekuatan penawaran

dan permintaan di pasar, maka harga barang tidak boleh ditetapkan pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum supply dan demand, kecuali ketika perusahaan melakukan tindakan sewenang-wenang dalam pasar yang dapat menimbulkan kemudratan bagi masyarakat.

5.2. Kualitas Pelayanan Menurut Sudut Pandang Islam

Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi keseluruhan orang dalam masyarakat (Moenir, 2010). Pelayanan memberikan suatu akses yang membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan yang baik dapat memberikan dampak besar dalam keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Dimensi dalam kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi, yaitu responsiveness; assurance; tangible; empathy; reliability. Grab adalah suatu usaha berbasis jasa. Bagi suatu perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling utama, karena pada dasarnya suatu perusahaan jasa menjual produk berupa layanan yang diberikan pada konsumen. Pelayanan yang dilakukan dengan baik dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang ditempat yang sama.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa harus yang berkualitas baik. Hal ini tampak dalam surat Al-Baqarah ayat 267, sebagai berikut:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ط وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ؕ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*” (QS, Al-Baqarah: 267).

Dari ayat Al-Qur’an diatas menjelaskan bahwa Allah SWT melarang setiap orang dengan sengaja memberikan yang buruk-buruk (Ibnu Katsir, 2002). seseorang dalam melakukan hal apapun harus mengutamakan kebaikan-kebaikan didalamnya, begitu pula dalam melakukan kegiatan bermuamalah/berbisnis, pelaku usaha harus berusaha untuk memberikan produk/jasa yang berkualitas pada konsumennya. Tidak melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan orang lain demi mengejar keuntungan semata. Kaitannya dengan kualitas pelayanan yaitu dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggannya dapat dikatakan sebagai perusahaan yang baik.

Menurut Thorik G. Dan Utus H (2006), pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani melainkan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, seharusnya karyawan menjaga amanah kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan serta konsumen untuk dapat melakukan pelayanan dengan baik. Allah SWT Berfirman:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهِنَّ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ
 الَّذِي أُوْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسٌ
 قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (٢٨٣)

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Baqarah: 283)

Adiwarman Karim (2003) menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Qur’an dalam Surat Al-Imran Ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ
 عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
 الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Al-Imran: 159)

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Dalam pelayanan konsumen memiliki banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak

mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelembah lembutannya maka konsumen akan pindah ke perusahaan lain yang di rasanya memiliki kualitas yang lebih baik. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf pada pelanggan, agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima (Lestari, 2015).

Pelaku bisnis harus sepenuh hati dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya tanpa adanya paksaan. Kejujuran dan pelayanan yang baik, ramah, sopan, dan membuat mereka merasa nyaman akan membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Dengan adanya keinginan untuk membantu konsumen melayani kebutuhannya, diharapkan karyawan dapat melayani dengan mengutamakan kepentingan konsumennya.

Berdasarkan paparan diatas, kualitas pelayanan menurut Islam yaitu pelayanan yang dilakukan sepenuh hati untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, tanpa adanya paksaan dan juga memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen. Kualitas pelayanan Grab sudah sesuai dalam Islam, karena pihak Grab sudah menetapkan ikhtisar kode etik, yang dimana Grab menjunjung tinggi kode etik untuk semua pengemudi-mitra sehingga semua pengemudi akan memiliki pemahaman yang jelas tentang hukum standar kepatuhan, keselamatan, keamanan dan pelayanan yang diharapkan dari mereka. Karena Grab mempertahankan kebijakan tanpa toleransi, pelanggaran dapat mengakibatkan penangguhan atau penghentian akses pengguna ke aplikasi Grab.

5.3. Promosi Menurut Sudut Pandang Islam

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Sunyoto, 2013).

Promosi menurut pandangan Islam berasal dari bahasa Arab, yaitu *i'lan* atau iklan. Iklan ialah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung ataupun tidak, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media. Menurut Tajibu dan Syafriana (2017), hukum promosi tetap halal dan diperbolehkan selama memenuhi beberapa syarat yang dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Promosi tersebut secara substansi *mubah* (diperbolehkan)

Promosi diperbolehkan selama terbebas dari berbagai propaganda yang bertentangan dengan hukum syari'at, akhlak, nilai-nilai dan etika Islam. Tidak diperkenankan suatu promosi yang mengandung gambar-gambar yang dapat memancing syahwat seperti menampilkan gambar wanita yang bertabarruj (bersolek) dan telanjang (tidak mengenakan pakaian islami), film-film vulgar, (tidak pula menampilkan promosi) klub-klub malam dan berbagai tempat kemungkaran, karya-karya pelaku kerusakan, kemaksiatan dan kesesatan.

Dengan demikian, segala perantara yang dicap buruk dan dicela oleh syari'at karena mengandung kerusakan serta memiliki potensi merusak agama dan akhlak, seluruhnya diharamkan dan begitupula haram untuk membantunya berdasarkan firman Allah SWT:

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ (٣٠) وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا^ط

Artinya: “Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat" Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya.” (QS. An-Nur: 30-31)

Larangan ini tidak dikhususkan “menjaga pandangan dari apa”. Ayat diatas berlaku secara umum untuk menjaga pandangan dari apa saja yang akan membuat laki-laki maupun perempuan terjerumus berbuat dosa. Oleh karena itu, ayat diatas berlaku untuk umum, maka sama saja apakah yang dilihat atau diperhatikan itu berupa objek langsung maupun gambar (Ibnu Katsir, 2002).

Dan tidak diperbolehkan mempromosikan *khamr*, narkoba, dan sejenisnya. Tidak pula mendesai promosi untuk mempromosikan judi dan taruhan, baik judi yang terkait dengan pertandingan olahraga maupun yang tidak, dan wajib menjauhi seluruhnya. Hal tersebut sebagaimana Firman Allah SWT:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (٩٠)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.*” (QS. Al-Maidah: 90)

Dengan demikian, segala perantara yang dicap buruk dan dilarang oleh *syari'at* karena mengandung kerusakan serta memiliki potensi merusak agama dan akhlak, seluruhnya diharamkan dan begitupula haram untuk membantunya, sebagaimana Firman Allah SWT:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ (٢)

Artinya: “*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*” (QS, Al-Maidah: 2)

Dalam firmanya Allah SWT memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk senantiasa tolong menolong dalam berbuat kebaikan, itulah yang disebut dengan *al-birru* (kebajikan); serta meninggalkan segala bentuk kemungkar, dan itulah dinamakan dengan *at-taqwa*. Allah SWT melarang mereka tolong menolong dalam hal kebatilan, berbuat dosa dan mengajarkan hal-hal yang haram (Ibnu Katsir, 2002). Jika didalam kegiatan promosi terdapat hal-hal yang menjerumus kedalam kebathilan atau berbuat dosa, maka kegiatan tersebut hukumnya haram dan tidak diperbolehkan.

2. Pihak yang mempromosikan sesuatu wajib berlaku jujur dan amanah ketika mempromosikan produk/jasa yang ditawarkan

Promosi tidak diperbolehkan memberikan persepsi yang keliru kepada para pelanggan dan konsumen terhadap produk dan jasa yang dipromosikan dengan dusta dan menyembunyikan cacat, menggambarkan ukuran produk yang hendak didesain dan dipromosikan secara berlebihan, dan memperbesar fitur-fitur produk kepada para pelanggan padahal tidak sesuai dengan kondisi riil dari produk tersebut. Dengan demikian promosi yang dipasang wajib sesuai dengan kondisi riil dari suatu produk/jasa, karena kejujuran hukumnya wajib dan merupakan sebab diperolehnya keberkahan, dan sebaliknya dusta dan menyembunyikan cacat diharamkan karena menyebabkan suatu produk dan jasa tidak laku. Rasulullah SAW bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا -أَوْ قَالَ: حَتَّى يَتَفَرَّقَا-، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

Artinya: *“Kedua orang yang saling berniaga memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah -atau beliau mengatakan, “hingga keduanya berpisah”- , dan bila keduanya berlaku jujur dan menjelasskan produk secara jelas, maka akad jual-beli mereka akan diberkahi, dan bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi cacat, niscaya akan dihapuskan keberkahannya.”* (HR. Bukhari dan Muslim).

3. Tidak diperbolehkan menyebarkan promosi yang mengandung unsur penipuan dan kecurangan

Promosi tidak melakukan manipulasi dengan mengiklankan suatu produk yang mengandung unsur pengelabuan dan pemalsuan (barang imitasi) berdasarkan sabda Nabi SAW:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

Artinya: “Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat pengelabuan dan pemalsuan dan pemalsuan, tempatnya dineraka.” (HR. Ibnu Hibban).

Dalam hal ini mempromosikan hal-hal yang tidak seperti kenyataannya dan melakukan hal-hal yang merugikan orang lain sangat dilarang oleh ajaran agama islam, maka sebaiknya seorang muslim melakukan kegiatan promosi dengan produk/jasa yang nyata dan tidak mengandung unsur penipuan.

4. Promosi yang ditampilkan tidak mendiskreditkan pedagang yang lain

Promosi tidak diperbolehkan seorang muslim menjatuhkan kompetitor bisnisnya dan menimbulkan kerugian terhadap produk mereka dengan cara merendahkan jenis dagangan mereka dan mencela dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi dengan mengorbankan pedagang yang lain. Rasulullah SAW bersabda:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Artinya: “Tidak boleh berbuat sesuatu yang berbahaya yang membahayakan dan membahayakan orang lain.” (HR. Ibnu Majah dan Ahmad)

5. Tidak mengecoh para konsumen dengan cara mencontek merek dari segi nama maupun logo

Kesamaan tersebut tidak disengaja maupun disengaja dengan niat menyesatkan konsumen bahwa produk yang dipromosikan merupakan produk yang telah terkenal dipasaran, atau mengiklankankan dengan menyatakan memiliki kualitas yang serupa agar konsumen terkecoh. Hal ini bertentangan dengan Firman Allah SWT:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ . (١٨٣)

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” (QS, Ash Shu’ara: 183).

Dari firman Allah SWT diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak boleh seorang muslim melakukan plagiat/mencontek hasil karya orang lain apalagi dengan sengaja mengambil manfaat ekonomi dari karya yang diconteknya karena itu merupakan hak orang lain. Karena ajaran Islam mengandung nasihat yang digunakan sebagai pedoman hidup dalam segi apapun dan tidak satupun ajaran agama Islam mengajarkan tentang kebatilan.

Berdasarkan pemaparan diatas, promosi menurut Islam yaitu aktivitas yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui berbagai media, dan promosi yang diperbolehkan yaitu promosi yang tidak mengandung unsur-unsur terlarang dalam *syari’at* yang mampu merubah hukumnya menjadi terlarang. Dalam kegiatan promosi, Grab melakukan promosi sesuai dengan ajaran Islam seperti yang sudah dipaparkan diatas, dalam iklan promosi yang di tampilkan Grab tidak memancing syahwat, promosi dilakukan dengan jujur, promosi tidak mengandung unsur penipuan, bentuk periklanan telah diatur oleh UU, promosi dilakukan untuk kegiatan sosial seperti memberikan dana untuk korban bencana alam.

5.4. Keputusan Pembelian Menurut Sudut Pandang Islam

Menurut Swastha dan Irawan (2010) keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Menurut Caesar (2017) dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Dalam melakukan pembelian, seseorang melakukan pencarian informasi dari sebuah produk/jasa yang akan dibeli, hal tersebut disebabkan karena produk/jasa yang akan dibeli sangat beragam, mereka melalui tahapan-tahapan dalam menentukan pembelian seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

Dalam mengenali kebutuhannya seharusnya seorang muslim sudah mengetahui tentang larangan-larangan dalam ajaran Islam dengan tidak berlebihan dalam membeli suatu jasa/produk dengan mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan, karena sesuatu yang berlebihan dilarang oleh Allah SWT seperti dalam Firman-Nya:

وَلَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا . (٢٦)

Artinya: “Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (QS Al Isra : 26)

Pada tahapan pencarian informasi sebuah produk/jasa dalam melakukan keputusan pembelian, umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu

berita atau informasi. Ketika seorang muslim ingin melakukan pembelian produk/jasa tetapi tidak mengetahui dengan jelas tentang produk/jasa tersebut, maka sebaiknya mereka memeriksa dan menelitinya terlebih dahulu sehingga dapat terhindar dari berita bohong yang bertujuan untuk menjatuhkan salah satu pihak dalam persaingan bisnis karena ada saja oknum yang berbuat kecurangan demi keuntungan semata, hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ. (٦)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*”
(QS, Al-Hujarat : 6)

Ayat diatas mengingatkan umat muslim tidak berprasangka buruk terhadap orang lain sebelum suatu hal dapat dijamin kebenarannya. Seorang muslim harus berusaha mendapatkan informasi agar mereka dapat menentukan alternatif-alternatif yang paling baik dalam melakukan pembelian tanpa dipengaruhi berita yang belum jelas kebenarannya (Siregar, 2017).

Proses keputusan pembelian diperoleh dari pengenalan kebutuhan yang di definisikan keadaan yang sebenarnya yang mengakibatkan dan mengaktifasikan proses keputusan pembelian. Proses pembelian diawali dengan kebutuhan, kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Sebagaimana Firman Allah SWT:

مَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ (٣٦)

Artinya: “*Atau adakah kamu (berbuat demikian): bagaimanakah kamu mengambil keputusan?*” (QS, Al-Qalam: 36)

Dalam ayat ini Allah SWT mempertanyakan bagaimana manusia mengambil keputusan terhadap apa yang telah diperbuatnya apakah sesuai dengan syariat Islam atau mengikuti hawa napsu. Islam mensya’riatkan pada umatnya untuk melakukan shalat istikharah untuk meminta bantuan kepada Allah SWT agar menunjukkan mana pilihan yang terbaik untuk agama, dunia dan akhirat (Winanti, 2018).

Kualitas pelayanan Grab memberikan manfaat dalam pemakaian jasanya, dan dapat digunakan dengan mudah sehingga konsumen tidak kesulitan saat melakukan kegiatan sehari-hari. Adapun harga dan promosi yang ditawarkan oleh Grab yang cukup standar sehingga membuat konsumen tertarik dan melakukan keputusan pembelian untuk menggunakan jasa transportasi *online* Grab.

Sesuai paparan diatas, keputusan pembelian jasa transportasi online Grab sudah sesuai dengan ajaran Islam. Karna dalam melakukan keputusan pembelian didasari oleh keinginan dan kebutuhan bukan dari hawa nafsu, tekanan atau paksaan dari orang lain. Konsumen melakukan keputusan pembelian jasa transportasi online sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Keinginan berpergian kemana saja dengan mudah dan kebutuhan akan transportasi sehari-hari yang dapat menjangkau kemana saja, tanpa harus berdesak-desakan seperti di bus.

5.5. Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab Menurut Sudut Pandang Islam

Dari hasil penjabaran diatas diketahui bahwa Islam telah mengatur segalanya pada kehidupan manusia yang dituangkan dalam Al-Qur'an dan Hadist dimana tidak ada keraguan didalamnya (maha besar Allah SWT dengan segala firmanNya), maka dari itu sebagai muslim yang taat harus dapat mengimplementasikan segala perintah Allah SWT, termasuk dalam bermuamalah/berbisnis serta menjauhi segala larangan yang telah ditetapkan seperti yang telah difirmankan oleh Allah dalam Al-Qur'an:

وَمَا كَانَ هَذَا الْقُرْآنُ أَنْ يُفْتَرَىٰ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ نَصَدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ
وَتَفْصِيلَ الْكِتَابِ لَا رَيْبَ فِيهِ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ. (٣٧)

Artinya: *“Tidaklah mungkin Al Quran ini dibuat oleh selain Allah; akan tetapi (Al Quran itu) membenarkan kitab-kitab yang sebelumnya dan menjelaskan hukum-hukum yang telah ditetapkannya, tidak ada keraguan di dalamnya, (diturunkan) dari Tuhan semesta alam.”* (QS, Yunus : 37)

1. Harga

Islam menganggap bahwa harga adalah ketentuan Allah SWT, kita sebagai umat yang bertaqwa harus menjalankan amanat tersebut dalam bermuamalah karna tidak boleh mementingkan diri sendiri dengan pematokan harga yang memberatkan konsumen dalam bisnis kita dan hanya ingin mendapatkan keuntungan yang besar. Ditinjau dari sudut pandang Islam harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena dalam Al-Qur'an diperintahkan agar para pembisnis untuk tidak melakukan penetapan harga yang berlebihan yang dapat memberatkan konsumennya, dalam berbisnis haruslah mematok harga yang

sewajarnya. Dan dalam keputusan pembelian tentu para konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan dan akan memilih produk/jasa yang akan dibelinya dengan harga rasional. Maka dari itu dalam sudut pandang Islam harga berpengaruh bagi keputusan pembelian karena setiap konsumen menginginkan harga yang rasional dengan manfaat yang didapat dari produk/jasa yang akan dibelinya seperti ketentuan dalam Islam. Dalam perusahaan Grab tidak ditemukan unsur-unsur yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. Dimulai dari penetapan harga yang mengutamakan kepentingan *stakeholder* dan tidak berorientasi pada profit semata, sehingga masyarakat yang menggunakan layanan Grab tidak merasa terbebani dengan harga yang ditetapkan. Karna Islam mengajarkan untuk bersikap adil agar tidak melukai dan merugikan orang lain, dengan berbuat adil maka tidak akan terjadi kezaliman.

2. Kualitas Pelayanan

Ditinjau dari sudut pandang Islam, kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yang tidak lepas dari aturan-aturan Islam yang berlaku, dalam penyediaan layanan, perusahaan harus mengutamakan kepentingan para konsumennya yang beragama muslim, dan seharusnya sebagai seorang muslim mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama Islam. Islam mengajarkan bila ingin memberikan pelayanan haruslah yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas pada orang lain. Dengan memberikan pelayanan yang optimal maka konsumen akan melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Dalam operasionalnya Grab tetap menjalankan 5 dimensi pelayanan yang ditinjau dari sudut pandang Islam tanpa melanggar ajaran yang telah ditetapkan. Kualitas

pelayanan Grab sudah sesuai dalam Islam, karena pihak Grab sudah menetapkan ikhtisar kode etik, yang dimana Grab menjunjung tinggi kode etik untuk semua pengemudi-mitra sehingga semua pengemudi akan memiliki pemahaman yang jelas tentang hukum standar kepatuhan, keselamatan, keamanan dan pelayanan yang diharapkan dari mereka.

3. Promosi

Dengan mempelajari tinjauan keputusan pembelian menurut sudut pandang islam seharusnya seorang muslim sebelum melakukan pembelian mereka harus mencari informasi tentang produk atau jasa tersebut, seorang muslim juga diperintahkan tidak menerima pesan/informasi secara mentah-mentah tanpa memastikan kebenaran informasi tersebut dan mempertimbangkannya sebelum melakukan keputusan pembelian. Peran promosi sangatlah penting dalam hal ini untuk menginformasikan produk/jasa yang ditawarkan agar calon pembeli mengetahui produk/jasa tersebut. Yang berarti dalam bermuamalah promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam sudut pandang Islam. Promosi yang dilakukan Grab tidak melakukan pelanggaran yang berkaitan dengan norma-norma islam seperti yang telah dijabarkan pada tinjauan promosi menurut sudut pandang islam diatas. Promosi yang dilakukan Grab tidak mengandung unsur penipuan, karena dalam Islam hukum melakukan promosi adalah mubah atau dibolehkan. Jasa yang di promosikan oleh Grab adalah sesuai dengan yang didapat konsumen, artinya dalam melakukan kegiatan promosi Grab tidak menipu atau tidak melakukan kecurangan. Grab juga melakukan promosi dengan mengadakan program kesejahteraan, seperti pendidikan, kesehatan, keuangan,

kehidupan sosial dan beragama. Berbagai kegiatan yang telah dilakukan Grab antara lain serangkaian komunitas seperti Grab sehat, Grab ibadah, Grab *school*, Grab *family*, serta bakti sosial dengan komunitas yang membutuhkan.