

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN GRAB – FOOD  
DALAM APLIKASI GRAB BERDASARKAN PASAL 4  
UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (S.H)



**OLEH :**

**MOHD. FIKRYANSYAH  
NPM : 141010137**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

## ABSTRAK

Era globalisasi menyebabkan terjadinya perkembangan yang pesat dalam berbagai bidang salah satunya teknologi dan transportasi. Kemajuan teknologi komunikasi khususnya dalam dunia *online* sudah digunakan masyarakat sebagai alat untuk berbisnis bahkan untuk kepentingan politik.

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini diarahkan untuk mengkaji Bagaimanakah perlindungan konsumen terhadap layanan grab-food dalam aplikasi grab berdasarkan pasal 4 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Apakah kendala dalam perlindungan konsumen terhadap layanan grab – food dalam aplikasi grab berdasarkan pasal 4 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Hukum Observasi dengan cara survei untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis langsung mengadakan penelitian lapangan dengan menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara dan kuisioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer dan Data sekunder. Analisis data yang digunakan deskriptif kualitatif. Metode penarikan kesimpulan menggunakan cara deduktif yaitu menarik kesimpulan dari suatu permasalahan yang bersifat umum terhadap permasalahan konkret yang dihadapi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan *Grabfood* dalam Aplikasi Grab belum berjalan dengan baik dikarenakan kurangnya pengetahuan dan wawasan dari penyedia jasa layanan terutama perantara nya yakni *driver* PT. Grab Indonesia dan juga kurangnya wadah dalam penyaluran mau pun penyelesaian dari keluhan konsumen kepada si *driver*, yang mana hal ini kurang bijaksana dilihat penyelesaian hanya berdasarkan perspektif konsumen kepada Perusahaan penyedia jasa layanan yakni PT. Grab Indonesia dan bukan melalui mediasi dan pengawasan terlebih dahulu melalui musyawarah antara konsumen dan *driver*. Kendala dalam Perlindungan Konsumen terhadap Layanan *Grabfood* dalam Aplikasi Grab berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yakni dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain : kurangnya evaluasi dan juga pembekalan ilmu kepada driver dalam melayani konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kurangnya kesadaran konsumen untuk meraih hak-haknya, belum adanya standarisasi dalam memberikan pelayanan kepada penikmat jasa yaitu konsumen.

**Kata Kunci:** *Perlindungan, Konsumen, Hak Konsumen*

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**.

Perlindungan konsumen merupakan topik yang sudah tak asing lagi, yang mana kini transaksi jual beli kian canggih dan melibatkan penjual dan pembeli yang berkaitan erat, pembeli atau pun konsumen kerap mendapatkan perlakuan yang kurang mengenaikan dan tak sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sehingga menarik minat penulis untuk mengangkat topik ini sebagai bahan penelitian penulis.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak terutama kepada **Ayahanda A. Kamal. HS dan Ibunda Rosilawati** yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik secara materiil maupun dukungan dalam bentuk lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini juga tak lupa pula penulis berterimakasih kepada abang penulis Defrian Hidayat dan kakak penulis Riska Angreini yang selalu memberikan *support* dan secara sabar memberikan semangat dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat tercapainya skripsi penulis , terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., M.C.L., sebagai Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Riau;
2. Bapak Dr. M. Musa, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau;
3. Bapak Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau;
4. Ibu Dr. Desi Apriani, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau;
5. Bapak S. Parman, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau;
6. Bapak Rahdiansyah, S.H., M.H., selaku Kepala Departemen Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau;
7. Bapak Dr. Surizki Febrianto, S.H., MH selaku pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau;



9. Bapak dan Ibu Pegawai Administrasi di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan pelayanan selama penulis berurusan mengenai ke Administrasian;
10. Bapak-bapak dan Ibu-ibu staff dari perpustakaan Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dalam mencari dan mengumpulkan buku-buku referensi yang penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
11. Kepada teman-teman angkatan 2014 yang telah bersedia memberikan motivasi dan semangat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, terutama kepada teman-teman seperjuangan penulis Irvan Fahmi, Indah Setio Rini, Rindu Wulandari, Ulfa Azura, Fadel Husaini, Khamsa Monica Putri, Putri Wulandari, Sri Ade Andryani, Sri Mulyani, Tia Dwi Pajriani, Ziola Ivo Lyanti, Luvita Wandari Lubis, dan Fetty Nur Annisa.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan baik dari segi bahasa maupun materil, penulis mengharapkan sekali kritik dan saran, yang terutama berguna dalam perbaikan dan kesempunaan penulisan. Selanjutnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kaedah bagi kita semua. Amin Ya Allah Ya Rabbal Alamin.

**Pekanbaru, Juni 2021**

**Penulis,**

**Mohd. Fikryansyah**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BAHWA SKRIPSI TIDAK PLAGIAT .....	iv
SK PENUNJUKAN PEMBIMBING.....	v
SK PENETAPAN DOSEN PENGUJI UJIAN SKRIPSI .....	vii
BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU .....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Konsep Operasional.....	14
F. Metode Penelitian .....	16

**BAB II : TINJAUAN UMUM**

A. Tinjauan Umum Tentang PT. Grab Indonesia.....	21
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen .....	25

**BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Grab Dengan Layanan Grab-Food Berdasarkan Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen .....	36
B. Kendala dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab-Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	49

**BAB IV : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
----------------------------	-----------

<b>DAFTAR PERTANYAAN DAN DOKUMENTASI FOTO .....</b>	<b>87</b>
---	-----------

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari – hari setiap manusia tentunya memerlukan hukum. Diperlukannya hukum dalam kehidupan sehari – hari berguna untuk menjaga ketertiban dalam masyarakat. Jika suatu masyarakat sudah tertib maka berkurangnya peranan hukum dalam masyarakat. Sebab jika hukum sudah berkurang fungsinya dalam masyarakat maka disana pula hukum harus menjadi panglima dalam menjaga ketertiban.<sup>1</sup>

Dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, hak dan kebebasan melalui penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan pembatasan yang ditetapkan dengan Undang – Undang dengan dimaksud semata – mata untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai – nilai agama, keamanan, ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis.<sup>2</sup>

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat masyarakat dipermudah untuk menerima serta memberikan informasi kepada masyarakat luas. Masyarakat dapat dengan mudah untuk dapat berkomunikasi tanpa ada batas jarak, ruang dan waktu. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi

---

<sup>1</sup> Muhammad Nurul Huda, *Hukum Pidana Tindak Pidana Korupsi dan Pembaharuan Hukum Pidana*, UIR Press, 2012, Hal : 1

<sup>2</sup> Lihat Penjelasan Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Atas Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik



masyarakat pun dipacu untuk mampu mengikuti setiap perkembangan yang sedang terjadi. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini tidak hanya sekedar untuk kepentingan menjalin komunikasi dan bersosialisasi saja, tetapi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, market place baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas.

Era globalisasi menyebabkan terjadinya perkembangan yang pesat dalam berbagai bidang salah satunya teknologi dan transportasi. Kemajuan teknologi komunikasi khususnya dalam dunia *online* sudah digunakan masyarakat sebagai alat untuk berbisnis bahkan untuk kepentingan politik. Ketika internet telah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat, proses jual beli melalui internet sudah tidak asing lagi. Karena internet bukan hanya konsumsi golongan tertentu saja, tapi sudah merambah ke masyarakat golongan menengah kebawah. Dimana proses jual beli online/ bisnis online disebut *e-commerce* atau *electronic commerce* pada dasarnya bagian dari *electronic business*.<sup>3</sup>

Definisi transaksi *electronic commerce* (*e-commerce*) menurut *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* tahun 2002 yakni :

*“An electronic transaction is the sale of purchase of goods or service, whether between businesses, household, individuals, gevorments, and other public or private organisations, conducted over computer – mediated networks. The goods and services are ordered over those*

---

<sup>3</sup> Niniek Suparni. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Grafika Sinar, Jakarta, 2009, Hal : 28

*networks, but the payment and the ultimate delivery of the good or service may be conducted on or off-line”*

Definisi *e-commerce* menurut OECD (2002) tersebut di atas mencakup setiap kegiatan berbagai pelaku dan bentuk – bentuk transaksi *e-commerce* yakni :

- (a). *Business to business (B2B)* : penjual dan pembeli barang atau jasa melalui Internet merupakan badan usaha;
- (b). *Business to Customer (B2C)* : pembeli produk atau jasa melalui Internet adalah konsumen perorangan;
- (c). *Customer to Customer (C2C)* : jual beli barang dan jasa antara perorangan melalui jaringan Internet difasilitasi oleh jasa – jasa online seperti eBay.com<sup>4</sup>

Tanggung jawab yang muncul daripada hubungan peraturan perundang – undangan mesti dilindungi oleh undang – undang, jadi orang merasa aman di dalam menjalankan kepentingan mereka. Ini menyatakan perlindungan itu undang – undang boleh ditafsirkan sebagai jaminan atau kepastian bahawa seseorang akan memperoleh hak dan kewajibannya, agar orang merasa selamat.<sup>5</sup>

Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya

---

<sup>4</sup> Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum Pelaku Usaha E-COMMERCE*, Yayasan Taman Pustaka, 2017, Hal :112

<sup>5</sup>Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, Jurnal Pembaharuan Hukum, Volume II No. 1 Januari - April 2015, Hal : 2

sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

Perlindungan undang – undang dalam penjualan dan pembelian transaksi elektronik adalah perkara penting yang perlu dikhawatirkan, terutama perlindungan pengguna, karena banyaknya perkara kerugian yang disebabkan pihak *driver* dari layanan aplikasi Grab, contoh mengenai *order* an/ pesanan yang kurang sesuai dengan kehendak atau pun kemauan dari pembeli sehingga tidak memenuhi tingkat kepuasan dari konsumen.

Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia itu semakin lama semakin canggih, sehingga terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen.<sup>6</sup>

Peningkatan mobilitas dan kegiatan komunitas memastikan bahwa ada kebutuhan untuk aplikasi yang dapat membuatnya mudah dalam semua transaksi harian. Dimulai dengan perusahaan transportasi, pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pembayaran berbagai faktor hingga pemenuhan kebutuhan *tersier* seperti pembelian tiket konser, olahraga dan lain-lain sekarang dengan kemajuan teknologi, cukup jalankan dengan aplikasi yang 'hanya' dikendalikan oleh jari di atas tombol ponsel pintar di tangan Anda. Namun ini adalah fenomena yang menggembirakan, karena penemuan seperti itu sangat membantu kita dalam hal efisiensi waktu dan energi.

---

<sup>6</sup> Celina Tri Siwi Cristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Cetakan Pertama, Jakarta, 2008, Hal: 4.

Teknologi juga akan berdampak langsung pada masyarakat Indonesia. Ini dapat dilihat dari kemudahan masyarakat Indonesia untuk mengakses internet dan memiliki *smartphone*. Salah satu fasilitas yang dapat ditemukan di bidang layanan transportasi start-up seperti start-up yang terkenal adalah Grab. Perusahaan yang berurusan dengan pengiriman teknologi transportasi adalah perusahaan yang awalnya didirikan di Malaysia. Perusahaan ini sudah dikenal dan merupakan platform pilihan pertama bagi komunitas regional di Asia Tenggara. Perusahaan online ini menawarkan pengiriman kendaraan roda dua dan roda empat.

*Driver* menerima dan menanggapi permintaan pelanggan, aplikasi Grab memberi tahu pelanggan dan memberikan informasi tentang pengemudi, termasuk nama dan foto nomor polisi pengemudi kendaraannya, nomor telepon *driver*, serta rincian biaya/ongkos pemesanan makanan dan pengiriman. Aplikasi ini juga memungkinkan konsumen untuk melihat perkembangan *driver* secara singkat pemesanan makanan hingga titik pengiriman secara langsung/ *real time*. Berdasarkan definisi perjanjian transportasi yang telah di jelaskan di atas, maka menurut penulis dapat dikatakan telah terjadi perjanjian.

Perjanjian tersebut adalah perjanjian yang dilaksanakan melalui transaksi elektronik atau secara online. Perjanjian pengangkutan yang dibuat dalam bentuk seperti ini dapat dikatakan baru sebagai suatu perjanjian dalam pengangkutan. Grab dalam aplikasinya meliputi semua layanan termasuk Grab-Food. Di dalam layanannya, Grab-Food menyediakan berbagai macam referensi dan tipe makanan disertai dengan harga dan gambar dimana konsumen/pemesan dapat dengan bebas dan leluasa untuk memilihnya. Secara langsung



konsumen/pemesan melakukan perjanjian pada layanan Grab-Food yang kemudian disetujui oleh driver dimana proses ini dilakukan secara sah dimata hukum.

Fenomena kedua adalah ketika konsumen memesan makanan kepada driver Grab dan Ini memiliki efek berbeda. Di satu sisi, konsumen tampaknya mendapat manfaat paling besar dari ketersediaan aplikasi on-line, yang membuatnya lebih mudah bagi mereka untuk memilih model transportasi untuk pengiriman bahan makanan yang dipesan. Apa yang terjadi, bagaimanapun, adalah bahwa makanan yang dipasok oleh pengemudi tidak layak untuk dikonsumsi, dan tentu saja ini memerlukan refleksi. Hukum dan masalah yang terpisah muncul di mana konsumen bertanggung jawab jika dia menderita kerusakan, terlepas dari apakah dia melakukannya atau tidak. Perusahaan atau pengemudi dituntut sebagai mitra perusahaan. Pertumbuhan layanan transportasi dan aplikasi transaksi berbasis dan dampak sosial dan ekonomi tampaknya tidak menimbulkan masalah hukum.

Berdasarkan uraian diatas, sehingga menarik minat penulis untuk mengulas mengenai Perlindungan Konsumen Pengguna Layanan Grab apakah sudah sesuai dengan ketentuan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang berjudul :

“Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab-Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

## **B. Rumusan Masalah**

Mengingat masalah yang dijelaskan di atas, dalam penelitian ini, beberapa masalah utama yang telah dirumuskan dan harus diselesaikan secara sistematis dan ilmiah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab-Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apakah kendala dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan pokok permasalahan sebagaimana telah dikemukakan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk menemukan kendala bagi Konsumen Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, penulis mengelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu :

a) Manfaat Teoritis

- 1) Bahwa penelitian dari penulis dapat dijadikan referensi ilmu untuk mengetahui Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- 2) Sebagai sumbangan pemikiran ilmiah yang sederhana bagi mahasiswa atau akademika Fakultas Hukum Universitas Islam Riau Khususnya dan Mahasiswa Hukum Riau pada umumnya

b) Manfaat Praktis

- 1) Menambah wawasan masyarakat tentang perlindungan konsumen pengguna layanan Grab – Food, dapat menjadi masukan kepada pihak *Grab* dan *Driver* dalam meningkatkan juga memaksimalkan kinerja nya dalam memenuhi hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- 2) Melengkapi syarat akademis guna mendapatkan gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh penulis dari beberapa penelitian sebelumnya, ada beberapa kajian atau tinjauan yuridis yang membahas tentang “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” yaitu sebagai berikut :

Susi Batik, dengan judul, “Pengaruh Harga dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang” bahwasannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan pelayanan konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Grab kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.<sup>7</sup>

Adapun yang menjadi daya pembeda antara penelitian yang telah dilakukan oleh saudari Susi Batik dengan penulis ialah dari tujuannya untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan pelayanan konsumen, sedangkan penulis bertujuan untuk mengetahui apakah hak – hak dari konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai pengguna layanan sudah terpenuhi atau tidak. Dari tempat penelitian, saudari Susi meneliti di Semarang sedangkan penulis di Pekanbaru.

Dimas Bagus Wicaksono, dengan judul, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Go-Jek (Layanan Transportasi Dengan Aplikasi Online) Dalam Perjanjian Aplikasi Go-Jek Berdasarkan Pasal 1320 KUHPERDATA” bahwasannya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah perjanjian dalam aplikasi layanan transportasi dari Go-Jek sudah memenuhi syarat sah dalam Pasal

---

<sup>7</sup> Susi Batik, “Pengaruh Harga dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018.



1320 KUHPERdata dan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen menurut Pasal 1320 KUHPERdata.<sup>8</sup>

Adapun yang membedakan penelitian Saudara Dimas dengan penelitian penulis yaitu Saudara Dimas mengkaji Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Go-Jek dalam pengisian data pribadi ataupun borang aplikasi dan dibandingkan dengan Pasal 1320 KUHPERdata. Sedangkan penulis meneliti mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab – Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan juga perusahaan yang menjadi objek penelitian pun berbeda. Saudara Dimas meneliti Perusahaan Go-Jek, Penulis meneliti Perusahaan Grab.

Keberadaan kegiatan layanan jasa transportasi yang di lakukan para pengemudi online juga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan masyarakat sehari – hari. Bahkan salah satu barometer penentu kemajuan dan perkembangan kegiatan maupun teknologi yang dipergunakan masyarakat tersebut dalam kegiatan layanan jasa transportasi.

Beberapa pihak yang berada dalam lingkup pengangkutan/ transportasi tersebut adalah :

1. Pengangkut, dalam perjanjian pengangkutan penumpang, pihak pengangkut yakni pihak yang berkewajiban memberikan jasa angkutan

---

<sup>8</sup> Dimas Bagus Wicaksono, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Go-Jek (Layanan Transportasi Dengan Aplikasi Online) Dalam Perjanjian Aplikasi Go-Jek Berdasarkan Pasal 1320 KUHPERDATA”, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya Malang, *E-Journal, Justitia Jurnal Hukum*, Volume I Nomor 2, 2 Oktober 2017, Hal : 321

penumpang dan berhak atas penerimaan pembayaran tarif (ongkos) angkutan yang sesuai dengan yang telah ditetapkan.

2. Penumpang, yang mempunyai arti pihak yang berhak menerima jasa angkutan penumpang dan berkewajiban membayar tarif (ongkos) angkutan sesuai dengan yang ditetapkan diawal transaksi. Dalam perjanjian pengangkutan, penumpang mempunyai dua status, yaitu sebagai subyek karena dia sebagai pihak dalam perjanjian dan sebagai objek karena dia adalah muatan yang diangkut. Istilah pengangkutan dapat diartikan sebagai pembawaan barang – barang atau orang (penumpang).<sup>9</sup>

Istilah "perlindungan konsumen" mengacu pada perlindungan hukum, dan dengan demikian perlindungan konsumen berkenaan dengan aspek hukum: penghormatan materi yang dilindungi, bukan hanya hal-hal fisik, tetapi juga hak abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen hampir identik dengan undang-undang perlindungan konsumen.

Secara umum, ada 4 (empat) hak – hak dasar konsumen, yaitu: <sup>10</sup>

1. Hak untuk keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk menerima informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Pengertian pelaku usaha : “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan

---

<sup>9</sup> Ibid, Hal : 323

<sup>10</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, Hal : 30

dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”<sup>11</sup>

Operator ekonomi itu sendiri adalah salah satu operator ekonomi, yang dapat dibagi menjadi tiga kelompok operator ekonomi, yaitu :<sup>12</sup> (Adrian Sutedi, 2008:11)

- a. Investor, yaitu pengusaha yang menyediakan dana untuk membiayai berbagai kepentingan. Seperti bank, penyedia dana dan sebagainya.
- b. Produsen, yaitu, pelaku korporasi yang memproduksi barang dan / atau jasa dari barang dan / atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu dan bahan lainnya). Mereka dapat terdiri dari orang / perusahaan yang terkait dengan makanan, orang / perusahaan yang memproduksi pakaian, orang / perusahaan yang terkait dengan perumahan, orang / perusahaan yang terkait dengan layanan transportasi, perusahaan asuransi, bank, Orang / perusahaan yang terkait dengan obat-obatan. Kesehatan narkotika dan sebagainya.
- c. Distributor, yang merupakan pelaku bisnis yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan / atau jasa kepada publik, mis. Pengecer, pedagang kaki lima, toko, supermarket, rumah sakit, perusahaan transportasi (darat, laut, udara), firma hukum, dll.

Jika beberapa definisi dari aktor korporasi yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa layanan kesehatan tradisional termasuk dalam kategori aktor

---

<sup>11</sup> Lihat Pasal 1 Angka 3 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>12</sup>

korporasi produsen, maka hak dan kewajiban hukum dari aktor perusahaan juga diatur oleh ketentuan UUPK, antara lain :

a. Hubungan Langsung

Hubungan langsung sebagaimana dimaksud dalam bagian ini, hubungan antara produsen dan konsumen yang secara langsung terikat oleh perjanjian. Tanpa mengabaikan jenis lain dari perjanjian, transfer produsen barang konsumen / jasa umumnya tempat secara lisan atau lisan melalui jual beli tertulis.<sup>13</sup>

b. Hubungan Tidak Langsung

Hubungan tidak langsung yang dimaksud dalam bagian ini adalah hubungan antara produsen dan konsumen, karena salah satu pihak tidak melaksanakannya atau membiarkannya sedemikian rupa sehingga salah satu pihak tidak menikmati seperti yang diperjanjikan, maka ada menyebutnya prestasi buruk kontraktual, karena perjanjian berdasarkan komitmen tidak hanya mencakup penciptaan ( Ada dua sumber keterlibatan, perjanjian, dan hukum yang terkenal. Sumber kewajiban dalam bentuk hukum ini masih dapat dibagi menjadi hukum dan hukum yang disebabkan oleh tindakan manusia yang mematuhi hukum dan yang melanggar hukum.<sup>14</sup>

Perbuatan ilegal di B.W. diatur dalam Pasal 1365, yaitu sebagai berikut:

“Tiap perbuatan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian kepada orang

---

<sup>13</sup> Ahmadi Miru & Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, Hal : 34

<sup>14</sup> *Ibid*, Hal : 36



lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.”<sup>15</sup>

Atas dasar ketentuan yang disebutkan, konsumen yang menderita kerusakan karena konsumsi menganggap hal tersebut bukan kesalahan dari pihaknya, namun ada hal lain yang menyebabkan kiriman barang tersebut tidak sampai jawabjawab pabrikan mengenai kewajiban karena kesalahan pabrikan.

Secara teoritis diasumsikan bahwa klaim untuk kerusakan akibat pelanggaran hukum hanya dapat dikonfirmasi jika empat elemen berikut dipenuhi, yaitu : (Ahmadi Miru dan Sakka Pati, 2008:97).

- 1) Ada tindakan yang melanggar perundang-undangan;
- 2) Adanya kerugian;
- 3) Adanya keterikatan sebab-akibat antara kerugian dan tindakan yang melanggar hukum; dan
- 4) Telah terjadi kesalahan.

#### **E. Konsep Operasional**

Untuk memudahkan penulis dan Untuk menghindari perbedaan dalam memahami konsep yang digunakan dalam penelitian ini, konsep yang digunakan harus dijelaskan sebagai berikut :

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid*, Hal : 37

<sup>16</sup> Lihat Pasal 1 Ayat 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

2. Konsumen adalah setiap pengguna barang dan / atau jasa yang tersedia di komunitas, baik untuk diri mereka sendiri, keluarga, kepentingan orang lain dan untuk makhluk lain dan bukan untuk diperdagangkan.<sup>17</sup>
3. Grab merupakan perusahaan yang bergerak dibidang transportasi<sup>18</sup> salah satu aplikasi Online atau lebih dikenal dengan PT. Grab Indonesia adalah perusahaan teknologi yang berbasis di Malaysia yang menawarkan layanan transportasi dua dan empat roda. Perusahaan memasuki Indonesia pada tahun 2014. Saat ini Grab tersedia di 50 kota di Indonesia.
4. Layanan Grab – Food adalah layanan pesan – antar makanan yang terdapat dalam aplikasi Grab.<sup>19</sup>
5. Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mencakup hak – hak konsumen, termasuk:<sup>20</sup>
  - a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan perlindungan saat mengonsumsi barang dan / atau jasa;
  - b) Hak untuk memilih barang dan / atau jasa dan menerima barang dan / atau bahkan kesabaran dari sipemilik merek tersebut;
  - c) Hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa
  - d) Hak untuk disertai dengan pendapat dan keluhannya tentang barang dan / atau layanan yang digunakan

---

<sup>17</sup> Lihat Pasal 1 Ayat 2 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>18</sup> <https://teknogress.com/apa-itu-aplikasi-grab/>, diakses pada tanggal 09 Januari 2021 pukul 13.09 wib

<sup>19</sup> <https://www.grab.com/id/brand-story/>, diakses pada tanggal 09 Januari 2021, Pukul 13.13 wib

<sup>20</sup> Lihat Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- e) Hak untuk mendapatkan perwakilan hukum, perlindungan, dan upaya menyelesaikan sengketa konsumen secara memadai
- f) Hak atas informasi dan saran kepada konsumen
- g) Hak untuk diperlakukan atau disampaikan dengan benar dan jujur dan tidak diskriminatif
- h) Hak atas kompensasi, kompensasi dan / atau kompensasi jika barang dan / atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kontrak atau tidak memenuhi tujuan yang dimaksud
- i) Hak – hak diatur oleh ketentuan hukum dan peraturan lainnya.

## **F. Metode Penelitian**

Untuk menghasilkan penelitian ini dengan benar dan sesuai dengan standar ilmiah, penulis menerapkan metode ini untuk menjelaskan, menjawab dan menganalisa pokok permasalahan, adapun metode yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

### **1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian**

Jika dilihat dari jenisnya, maka penelitian ini tergolong kepada penelitian hukum observasi (*observational research*), dengan cara survei untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis langsung mengadakan penelitian lapangan dengan menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara dan kuesioner.

Sedangkan dilihat dari sudut sifatnya, maka penelitian ini tergolong kepada penelitian yang bersifat Deskriptif Analitis. yang berarti bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan dan gambaran yang jelas atau

terperinci tentang suatu keadaan.<sup>21</sup> mengenai perlindungan konsumen terhadap layanan Grab – Food dalam aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## **2. Lokasi Penelitian**

Untuk memperoleh data – data yang diperlukan, maka penulis melakukan penelitian di Kantor Grab Cabang Pekanbaru yang beralamatkan Komplek Sudirman Point, Jalan Jenderal Sudirman Nomor 2, Simpang Tiga, Bukit Raya, Provinsi Riau, Kode Pos 28284. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ialah untuk mengetahui hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen apakah sudah sesuai atau tidak.

## **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan dari objek pengamatan dan atau menjadi objek penelitian. Responden adalah subjek dari penelitian yang memberikan jawaban atas pertanyaan.<sup>22</sup>

Sampel adalah kumpulan dari bagian – bagian atau bagian dari populasi yang dapat mewakili seluruh objek penelitian bagi para peneliti untuk bantuan menentukan penelitian.<sup>23</sup>

Mengenai populasi dan sampel dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Kepala Perwakilan PT. Grab Indonesia Cabang Pekanbaru sebanyak 1 orang

---

<sup>21</sup> Syafrinaldi, *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Riau*, Uir Press, Edisi III, 2017, Hal :15

<sup>22</sup> Zainuddin Ali, *Metode penelitian hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, Hal : 98

<sup>23</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Yogyakarta, 2010, Hal : 22



- b. *Driver* Grab sebanyak 10 orang
- c. Masyarakat Kota Pekanbaru, sebagai konsumen PT. Grab Indonesia yang menggunakan layanan Grab – Food sebanyak 50 orang.

**Tabel I.1**  
**Populasi dan Sampel**

No	Kriteria populasi	Populasi	Sampel	Persentase	Keterangan
1	Kepala Perwakilan PT. Grab Indonesia Cabang Pekanbaru	1		100 %	<i>Sensus</i>
2	Konsumen di Pekanbaru Kota	25.094	50	0,2 %	<i>Random Sampling</i>
3	Driver Grab	10		100 %	<i>Purposive Sampling</i>
	<b>Jumlah</b>	<b>25.106</b>	<b>50</b>		

Sumber: Hasil data lapangan setelah diolah tahun 2019

#### 4. Data dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu :

##### a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti.<sup>24</sup> Data Primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara langsung ke pihak perwakilan kantor Grab Cabang Pekanbaru, Driver Penyedia Layanan Jasa *Grab – Food*, dan juga melalui kuesioner yang penulis sediakan bagi pengguna (konsumen) layanan jasa *Grab – Food* yang di wadahi Grab.

##### b. Data Sekunder

<sup>24</sup> Zainuddin Ali, *Op. Cit*, Hal : 106

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari buku – buku literatur yang mendukung dengan pokok masalah yang dibahas dan peraturan perundang – undangan. Data sekunder disamping buku – buku juga dapat berupa skripsi, disertasi, jurnal, surat kabar, makalah seminar dan lain – lainnya.<sup>25</sup>

### **5. Alat Pengumpul Data**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan :

- a. Wawancara adalah pengumpulan data untuk secara langsung melakukan dialog / percakapan dengan responden.
- b. Kuesioner Yaitu data yang penulis peroleh dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner terhadap masyarakat yang ada dalam penelitian penulis.

### **6. Analisa Data**

Setelah semua data telah dikumpulkan dan diperoleh, maupun primer dan sekunder, data dikelompokkan berdasarkan jenis dua masalah yang diteliti. Hasil data wawancara disajikan dalam bentuk deskripsi kalimat. Sedangkan data dari kuesioner disajikan dalam bentuk tabel. Kemudian diolah dan disajikan oleh data lapangan untuk membandingkan pendapat para ahli atau hukum yang digunakan sebagai dasar hukum untuk penelitian.<sup>26</sup>

### **7. Metode Penarikan Kesimpulan**

Penelitian ini tidak hanya sampai pada tahap melukiskan keadaan objek, melainkan dengan keyakinan tertentu mengambil kesimpulan. Kesimpulan yang

---

<sup>25</sup> Syafrinaldi, *Op. Cit*, Hal : 19

<sup>26</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006, Hal : 42

digunakan adalah induktif. Induktif berarti proses mengambil suatu kesimpulan dari sejumlah hal khusus sampai pada suatu kesimpulan umum yang bersifat kemungkinan.<sup>27</sup> Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha mengumpulkan fakta dari fenomena atau peristiwa-peristiwa yang bersifat khusus, kemudian berdasarkan fenomena atau peristiwa yang bersifat khusus tadi, diambil kesimpulan yang bersifat umum.



---

<sup>27</sup> Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 2010, Hal: 19.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM

#### A. Tinjauan Umum Tentang PT. Grab Indonesia

Transportasi merupakan kebutuhan mendasar bagi seluruh lapisan masyarakat yang ada di Indonesia. Transportasi adalah sebuah proses perpindahan manusia, hewan atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi dapat diartikan sebagai sebuah proses pemindahan manusia maupun barang dari tempat asal menuju tempat tujuan. Selain itu, peran dari transportasi membantu ekonomi.<sup>28</sup> Hal ini dipertegas oleh Haryono bahwa transportasi mempunyai fungsi sebagai penunjang, pendorong serta sebagai penggerak perekonomian. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang transportasi yang menggerakkan perekonomian adalah PT Grab.<sup>29</sup>

PT Grab atau Grab adalah sebuah perusahaan *startup* yang didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling tan yang berasal dari negara Malaysia. Grab berawal dari sebuah aplikasi pemesanan taksi pada tahun 2012, yang kemudian mengembangkan *platform* produknya dimana Grab menyediakan sebuah aplikasi layanan transportasi roda dua maupun roda empat yang membantu masyarakat yang ingin berpergian ke tempat yang ingin dituju dan kendaraan tersebut merupakan milik mitra yang terdaftar di Grab. Tidak hanya itu, seiring dengan berkembangnya jaman PT Grab mempunyai layanan berupa:

---

<sup>28</sup> Sovy Fajrianti, *Manfaat Transportasi Secara Ekonomi*, Dinas perhubungan Provinsi Jawa Barat, 2013, Hal: 1

<sup>29</sup> Sigit Haryono, *Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Bus Kota) Di Kota Yogyakarta*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 7, Nomor 1 Juli 2010, Hal:1



1. *Grab-Car*

Merupakan layanan transportasi berupa taksi *online* dengan tarif terjangkau dan memiliki kapasitas hingga empat orang penumpang yang memiliki fitur keamanan rute yang dapat dilacak langsung dan identitas dari driver yang dapat diketahui terdiri dari nama, plat nomor yang sesuai Surat Tanda Nomor Kepolisian, foto diri serta nomor ponsel yang dapat diketahui saat melakukan pemesanan.

2. *Grab-Bike*

Merupakan layanan transportasi online dengan menggunakan kendaraan roda dua yang memiliki fitur keamanan rute yang dapat dilacak langsung dan identitas dari driver yang dapat diketahui terdiri dari nama, plat nomor yang sesuai Surat Tanda Nomor Kepolisian, foto diri serta nomor ponsel yang dapat diketahui saat melakukan pemesanan.

3. *Grab-Express*

Merupakan sebuah layanan aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian dan keamanan dengan metode pembayaran bisa dibayar saat barang dijemput atau saat tiba dipengantaran.

4. *Grab-Food*

Merupakan layanan pesan antar makanan dan minuman dari restoran yang telah terdaftar dari PT Grab. Layanan tersebut membuat masyarakat bisa memesan makanan yang dia inginkan di tempat dia berada. Menurut Kompas.com (2019) *Grab-Food* merupakan aplikasi jasa pengiriman makanan mulai dari warung makanan yang harganya terjangkau hingga

restoran mewah. Saat ini *Grab-Food* merupakan *platform* pengiriman makanan yang berada di urutan pertama yang paling sering digunakan oleh 6 negara di Asia tenggara, salah satunya Indonesia.



Gambar 2. 1 Logo PT Grab

Saat ini, Grab merupakan platform pemesanan kendaraan yang terkemuka di Asia Tenggara dan tersebar di Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand dan Indonesia. Di Indonesia sendiri, Grab hadir pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi. Pada tahun 2016, Grab meluncurkan fitur baru berupa *Grab-Food*. Dalam fitur *Grab-Food* tersebut, para pelanggan dapat melihat berbagai pilihan menu makanan dari restoran terdekat. Awal mulanya, *Grab-Food* hanya tersedia di Sembilan kota saja tapi seiring berkembangnya *Grab-Food*, hal tersebut berubah. Menurut *Managing Director* Grab Indonesia Ridzki Kramadibrata dalam kumparanTech bahwa perkembangan *Grab-Food* sangat pesat, hal ini dibuktikan dari *Grab-Food* yang awalnya hanya 9 kota menjadi 178 kota<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Jofie Yordan, Saingi Go-Food, Grab Perluas GrabFood ke 26 Kota di Indonesia, 2018, <https://kumparan.com/kumparantech/saingi-go-food-grab-perluas-grabfood-ke-26-kota-di-indonesia/full> (Diakses pada tanggal 25 April 2021, pukul 13.50).

Dalam perkembangannya, *Grab-Food* mampu terhubung dengan 200 ribu merchant pada tahun 2019.<sup>31</sup> Hal ini dapat mengubah pola perilaku masyarakat. Perubahan perilaku masyarakat terjadi, masyarakat lebih senang berbelanja secara *online* dari pada memasak kebutuhannya sendiri. Dengan hadirnya *Grab-Food*, konsumen dipermudah untuk membeli makanan dan tinggal menunggu makanan yang dipesan. Para konsumen tersebut dapat melihat rangkaian menu melalui aplikasi Grab.



Gambar 2. 2 Logo Grab-Food

Seiring terjadinya perubahan pola perilaku masyarakat, hal ini membuat konsumen *Grab-Food* bertambah banyak. Pada tahun 2019, pengguna aktif *Grab-Food* meningkat sebanyak 173%. Dengan peningkatan pengguna aktif yang sangat *significant* tersebut, peneliti ingin mengetahui tingkat keamanan para

---

<sup>31</sup> Dommara Hadi S & Lalu Ahmad Hamdani, *Bagaimana Layanan Gofood dan Grabfood mengubah kebiasaan?*, 2019, <https://www.tek.id/insight/bagaimana-layanan-gofood-dan-grabfood-mengubah-kebiasaan-b1Xoz9fRT>, (diakses pada tanggal 15 April 2021, 14.05)

konsumen PT. Grab ketika menggunakan layanan *Grab-Food*, mengingat *Grab-Food* merupakan salah satu fitur penting dalam Grab.

### **1. Visi dan Misi**

Grab mempunyai visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan se - Asia Tenggara

Untuk mewujudkan Visi tersebut, Grab mempunyai misi berupa :

1. Menjadi penyedia layanan teraman di Asia Tenggara.
2. Memberikan layanan yang mudah diakses oleh masyarakat
3. Meningkatkan kehidupan para partner, baik pengemudi maupun penumpang.

## **B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen**

### **1. Konsumen**

Konsumen merupakan sebuah pelaku ekonomi dalam transaksi. Selain itu, konsumen adalah sebuah tindakan dari pelaku ekonomi dalam mencari, membeli atau menggunakan, barang dan/ atau jasa yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya<sup>32</sup>. Menurut Nasution konsumen bisa dibagi menjadi tiga bagian yang terdiri atas:

1. Konsumen dalam arti setiap pemakai, pengguna dan pemanfaatan barang dan jasa untuk tujuan tertentu

---

<sup>32</sup> Scshiffman, L. G. & Wisenblit, J. L., *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition* . England: Pearson Education Limited,2015, Hal: 30.



2. Konsumen antara merupakan individu yang memperoleh barang dan/atau jasa lain buat diperdagangkan dengan tujuan komersial.
3. Konsumen akhir merupakan individu yang menggunakan benda dan/ jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadinya, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak dapat diperdagangkan kembali<sup>33</sup>.

Berdasarkan pengertian tentang konsumen tersebut, konsumen lebih rentan mengalami kecurangan dalam transaksi dari pada penjual. Untuk itu dibutuhkan Undang – Undang yang mengatur terkait perlindungan konsumen. Dengan adanya undang-undang tentang perlindungan konsumen tersebut akan membantu masyarakat aman dalam bertransaksi.

### **3. Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan aturan dan hukum yang mengatur tentang hak dan kewajiban yang didapatkan oleh konsumen ketika bertransaksi. Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai dalam mendeskripsikan perlindungan hukum yang diperoleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan agar tidak mengalami kecurangan saat bertransaksi dengan pelaku usaha<sup>34</sup>. Lebih lanjut konsumen memperoleh hak-hak dasar berupa hak dalam mendapatkan informasi yang jelas, tidak salah dan jujur, hak dalam memperoleh keamanan, hak dalam memilih, hak agar didengar, hak agar memperoleh ganti rugi dan hak memperoleh kebutuhan hidup manusia<sup>35</sup>. Selain itu, perlindungan konsumen mempunyai fokus yang luas karena melingkupi perlindungan

---

<sup>33</sup> AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Daya Widya, 1999, Hal: 30.

<sup>34</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti : Bandung, 2014, Hal: 7. 1

<sup>35</sup> AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* Jakarta: Diadit Medika, 2002, Hal: 7.

konsumen terhadap barang dan jasa, yang bermula dari transaksi dalam memperoleh benda maupun jasa dan mempunyai dampak dari pemakaian barang dan atau jasa tersebut. Fokus tersebut dibedakan menjadi dua aspek yaitu :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan sebelumnya.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen<sup>36</sup>.

Perlindungan terhadap konsumen sangat penting baik secara *materiil* maupun *formil*, hal ini disebabkan oleh berkembangnya ilmu teknologi yang merupakan salah satu perubahan pola perilaku masyarakat, yang awalnya transaksi secara *offline* sekarang sudah bisa melalui online. Dalam melakukan transaksi, pihak konsumen merasa dirugikan karena mereka membeli barang dan kemungkinan terjadi kecurangan, dikarenakan barang dan jasa yang diperoleh konsumen tidak serasi dengan photo, penjelasan produk, barang yang dikirim salah, barang yang tidak dikirim dan lain lain. Kecurangan – kecurangan dalam transaksi *online* sering terjadi yang membuat konsumen merasa terugikan dikarenakan posisi tawar konsumen lebih lemah daripada pelaku usaha dalam suatu transaksi<sup>37</sup>.

Salah satu *platform* yang mengalami pelanggaran terhadap hak konsumen adalah Instagram. Kecurangan yang terjadi di Instagram yang terjadi ketika pelaku usaha menawarkan barang branded dengan harga yang murah dibandingkan

---

<sup>36</sup> Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, 1993, Hal: 152.

<sup>37</sup> Randy Dimas Virgiawan, *Flash Sale Pada E-Commerce Dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2020, Hal: 22.

aslinya tapi setelah transaksi terjadi dan barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan foto dan deskripsi yang di cantumkan. Untuk mengatasi hal tersebut, konsumen dapat menggugat pelaku usaha yang melakukan kecurangan tersebut, hal itu terlampir pada Pasal 49 Ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selanjutnya, keterlambatan pengiriman oleh pelaku usaha kerap terjadi di Instagram. Yang mana ketepatan pengiriman terjadi antara kesepakatan konsumen dan pelaku usaha untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen. Kewajiban tersebut harus dipenuhi oleh pelaku usaha, apabila tidak dipenuhi maka pihak yang merasa dirugikan berhak menuntut haknya kembali. Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, dimana keadaan tersebut di atas menjelaskan bahwa pelaku usaha sering melakukan kelalaian. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa kedudukan konsumen dalam melakukan transaksi selalu lemah bila dibandingkan dengan pelaku usaha yang menyediakan barang atau jasa. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang pertanggung jawaban pelaku usaha yang dapat dipergunakan apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen tersebut. Bentuk perlindungan

konsumen tersebut mewajibkan konsumen untuk melakukan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat perbuatan pelaku usaha<sup>38</sup>.

Selain itu, kerugian terhadap konsumen bisa terjadi karena ojek *online*. Dewasa ini, penggunaan ojek *online* semakin banyak penggunanya dikarenakan mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Terlepas itu, ojek *online* mempunyai hal *negative* yang ditimbulkan kepada konsumen. Hal *negative* tersebut membuat konsumen merasa kecewa dan tidak nyaman dengan tindakan yang dilakukan oleh *driver* ojek online tersebut. *Driver* tersebut berkendara secara tidak wajar karena dalam keadaan sakit, lelah atau sedang mengonsumsi alkohol yang dapat mempengaruhi performanya dalam berkendara. Tidak hanya itu, pengemudi transportasi *online* mengemudi secara ugal-ugalan untuk mengejar target yang ditetapkan oleh perusahaan ojek online tersebut. Hal seperti ini dapat menimbulkan kecelakaan dalam berkendara dan konsumen menjadi korban dari kelalaian pengemudi tersebut<sup>39</sup>.

Selanjutnya, perbuatan *negative* yang dialami konsumen ketika konsumen menggunakan fitur dari Grab-Food. Ketika konsumen menggunakan fitur tersebut harga dari aplikasi yang tertera tidak sesuai dengan aplikasi. Hal ini tidak sesuai dengan hukum islam, karena jumlah yang harus dibayarkan konsumen tidak sesuai dengan akadnya. Tidak hanya itu, menurut Pasal 16 Undang-Undang

---

<sup>38</sup> Mutia Rahma Wardani, Joko Priyono, Fifiana Wisnaeni, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik Melalui Instagram*”, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 13 Nomor 2, 2020, Hal: 851.

<sup>39</sup> Hendra Hatami, “*Perlindungan Konsumen Jasa Transportasi Online di Kota Banda Aceh (Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)*”, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Ranry Banda Aceh: Banda Aceh, 2020, Hal: 4.



Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha menawarkan barang dan atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Oleh karena itu konsumen berhak mendapatkan ganti rugi berdasarkan pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berupa:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasanya yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan Kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Oleh karena itu, konsumen berhak mendapatkan ganti rugi apabila konsumen tersebut mengalami kerugian yang disebabkan oleh kelalaian dari konsumen. Dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen diharapkan tidak terjadi praktek-praktek yang merugikan konsumen kedepannya<sup>40</sup>.

Tujuan dari adanya perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya perlindungan konsumen membuat adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan dan sanksi yang pelaksanaannya secara dipaksa. Menurut Hadjon perlindungan hukum dibedakan menjadi dua dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan Hukum *Represive*

Merupakan upaya terakhir pemerintah dalam melindungi konsumen dengan memberikan sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang diberikan apabila terjadi pelanggaran dalam transaksi berupa barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan yang telah disepakati.

---

<sup>40</sup> Miftahurrohmah, "Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Evenemnt Pada Transportasi Online PT Grab Indonesia Cabang Surabaya", Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Surabaya, 2018, Hal: 93.

## 2. Perlindungan Hukum *Preventive*

Merupakan upaya dari pemerintah untuk mencegah pelanggaran yang terjadi. Dengan adanya perlindungan preventif memungkinkan terlindunginya hak seseorang (konsumen) dari kemungkinan terjadinya pelanggaran oleh orang lain atau pihak ketiga yang bertentangan dengan hukum yang ada. Salah satu bentuk pemerintah dalam menciptakan perlindungan hukum preventif yaitu dengan membentuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang tersebut diharapkan dapat mendorong iklim usaha yang sehat dan adil serta mendorong lahirnya perusahaan yang dapat menghadapi persaingan secara global maupun nasional dengan menyediakan barang atau jasa yang berkualitas<sup>41</sup>.

Dengan adanya tindakan *preventive* dan tindakan *repressive* dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen, maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara:

1. Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanang jasa
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan

---

<sup>41</sup> Philips M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat diIndonesia*, PT.Bina Ilmu, Surabaya,1987, Hal: 25.

5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya<sup>42</sup>.

Di Indonesia, perlindungan konsumen memiliki dasar hukum yang ditetapkan oleh pemerintah yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen memiliki sejumlah hak untuk melindunginya yang diatur dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 Ayat 1 adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”<sup>43</sup>. Dengan adanya perlindungan terhadap konsumen tersebut diharapkan agar tidak terjadi tindakan-tindakan yang merugikan kepentingan konsumen dan konsumen juga mendapatkan hak dalam bertransaksi. Ada empat hak yang terdapat dalam konsumen, yaitu :

- a. Hak memperoleh keamanan (*The right to safety*)
- b. Hak memilih (*The right to choose*)
- c. Hak mendapat informasi (*The right to be informed*)
- d. Hak untuk didengar (*The right to be heard*)<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Abdul Halim Barkatullah, “*Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*”, Nusa Media, Bandung, 2008, Hal: 7

<sup>43</sup> Lihat Pasal 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999

<sup>44</sup> Adery P. Winter, “*Perlindungan Hak-Hak Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Provider Telekomunikasi di Indonesia*” Jurnal Ilmu Hukum, Volume XXI Nomor 4, 2013, Hal: 57.



Selanjutnya, hak yang didapatkan oleh konsumen diatur dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 terdapat dalam pasal 4, yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dibayar secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> Lihat Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Hak yang diterima oleh konsumen memberikan harapan dan rasa tenang bagi konsumen ketika bertransaksi karena dengan adanya Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen membuat pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenangnya.

Hal tersebut berlaku untuk perusahaan teknologi seperti Grab yang mempunyai fitur *Grab-Food*. Dalam pengoperasian *Grab-Food* tersebut memungkinkan terjadi hal-hal yang berpotensi merugikan hak-hak konsumen. Oleh karena itu pihak dari *Grab-Food* harus mengikuti dan menjadikan acuan Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia.

### BAB III

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### A. Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Grab Dengan Layanan *Grab-Food* Berdasarkan Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen di Indonesia pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur.<sup>46</sup>

Produk barang dan jasa yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia semakin lama kian canggih, sehingga menimbulkan kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen.<sup>47</sup>

Untuk meningkatkan dan menghormati kedudukan konsumen sebagai penikmat barang dan jasa dalam suatu usaha maka perlu ditingkatkan nya kesadaran, pengetahuan, keperdulian, juga kemampuan konsumen untuk melindungi diri (*self defense*) serta memupuk dan menumbuhkan sikap bertanggung jawab dari si pelaku usaha. Kenyamanan konsumen dalam menikmati produk atau pun jasa seharusnya menjadi perhatian dan semestinya

---

<sup>46</sup> Ahmadi Miru dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Press, 2011, Hal: 7

<sup>47</sup> Celina Tri Siwi Cristiyanti, *Op.Cit*, Hal: 4

pelaku usaha atau pun produsen selalu melakukan evaluasi dengan maksud meningkatkan juga mempertahankan kepuasan konsumen juga menghargai hak-hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Sehubungan dengan perjanjian jual beli, maka menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dalam hubungan jual beli, kepada kedua belah pihak dibebankan hak-hak dan kewajiban-kewajiban, sebagaimana diatur dalam Pasal 1513 – Pasal 1518 KUHP Perdata untuk pembeli dan Pasal 1474 – Pasal 1512 KUH Perdata untuk penjual.

Kewajiban utama penjual adalah menyerahkan barangnya dan manggungnya (Pasal 1474, KUH Perdata). Menyerahkan barang artinya memindahkan penguasaan atas barang yang dijual dari tangan penjual kepada pembeli. Dalam konsep hukum perdata yang berlaku di Indonesia, jual beli merupakan perjanjian *obligatoir*, bukan perjanjian kebendaan. Karena itu, penjual masih wajib menyerahkan barang yang dijualnya kepada pembeli. Penyerahan dapat dilakukan bersamaan dengan tercapainya kesepakatan yang diikuti dengan pembayaran dari pembeli, atau dalam waktu yang hamper sama, tetapi selalu terbuka kemungkinan untuk melakukan penyerahan pada waktu yang berbeda dengan saat tercapainya kesepakatan.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, 2010, Hal : 75 – 76



Yang dimaksud dengan menanggung disini adalah kewajiban penjual untuk memberi jaminan atas kenikmatan tenteram dan jaminan dari cacat – cacat tersembunyi (*hidden defects*).

Kewajiban menanggung kenikmatan tenteram artinya bahwa penjual wajib menjamin bahwa pembeli tidak akan diganggu oleh orang lain dalam hal memakai atau mempergunakan barang yang dibelinya. Ini merupakan konsekuensi dari jaminan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli bahwa barang yang dijualnya adalah sungguh-sungguh miliknya sendiri yang bebas dari sesuatu beban dan tuntutan dari sesuatu pihak.<sup>49</sup>

Atas kewajiban menanggung ini, penjual bertanggung jawab terhadap segala tuntutan pihak ketiga yang berkenan dengan barang yang dijualnya. Apabila pembeli dihukum untuk mengembalikan barang yang dibelinya kepada orang lain, pembeli dapat menuntut dari si penjual:

1. Pengembalian uang harga pembelian.
2. Pengembalian hasil-hasil jika ia diwajibkan menyerahkan hasil-hasil itu kepada si pemilik sejati yang melakukan tuntutan penyerahan.
3. Biaya yang dikeluarkan berhubung dengan gugatan si pembeli untuk ditanggung, begitu pula biaya yang telah dikeluarkan oleh si penggugat asal.
4. Penggantian kerugian beserta biaya perkara mengenai pembelian dan penyerahannya, sekedar itu telah dibayar oleh pembeli (Pasal 1496 KUH Perdata)

---

<sup>49</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1987, Hal: 17

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu narasumber Kepala PT. Grab Indonesia domisili Pekanbaru, yang di wakili oleh anggotanya atas pertanyaan Bagaimanakah cara ataupun alur untuk melakukan pemesanan dalam menggunakan aplikasi Grab:

Bahwasannya pengguna atau pun calon konsumen terlebih dahulu menginstal/ mendownload/ mengunduh aplikasi Grab dengan logo khasnya yang berwarna hijau terlebih dahulu, dan mempelajari fitur-fitur yang telah disediakan oleh aplikasi Grab. Aplikasi Grab sendiri tidak hanya menyediakan layanan pesan antar makanan saja, ada beberapa fitur yang mampu mempermudah dan membantu konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Jika tidak membawa kendaraan, konsumen bisa menggunakan fitur *Grab-Bike* (kendaraan roda dua/ sepeda motor), *Grab-Car* (kendaraan roda empat/ mobil), dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen PT. Grab, sebagaimana para driver PT. Grab pun sudah melalui kualifikasi sesuai dengan standarisasi dari Perusahaan kami.<sup>50</sup>

Menurut Hartono Soerjopratiknjo, perjanjian jual beli secara historis dan logis merupakan *species* dari *genus* perjanjian tukar menukar di mana salah satu prestasinya terdiri atas sejumlah uang dalam arti alat pembayaran yang sah. Di dalam KUHPerdata istilah “harga” memiliki makna netral , tetapi dari substansi Pasal 1457 KUHPerdata, istilah harga tidak mungkin berarti lain daripada jumlah alat pembayaran yang sah.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Hasil wawancara penulis dengan Kepala PT. Grab, Hari Senin Tanggal 05 April 2021 Pukul 10.49 Wib

<sup>51</sup> Hartono Soerjopratiknjo, *Aneka Perjanjian Jual beli*, Yogyakarta: Seksi Notariat, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 1982, Hal: 1

Angkutan umum memiliki peran yang penting dalam menunjang pembangunan ekonomi. Angkutan umum menjadi bagian penting dari pergerakan ekonomi dimana angkutan umum berkaitan dengan distribusi barang, jasa serta perpindahan tenaga kerja. Kebutuhan yang meningkat akan sarana transportasi yang berusaha dipenuhi oleh angkutan umum dapat menunjang pembangunan ekonomi di suatu wilayah. Ketersediaan jasa transportasi berkorelasi positif dengan kegiatan ekonomi dan pembangunan dalam masyarakat. Jasa transportasi mempunyai peranan yang sangat penting bukan hanya untuk melancarkan arus barang dan mobilitas manusia, tetapi jasa transportasi juga membantu tercapainya alokasi sumber daya ekonomi secara optimal yang berarti kegiatan produksi dilaksanakan secara efektif dan efisien, kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat meningkat, untuk selanjutnya kesenjangan antar daerah dapat ditekan serendah mungkin.<sup>52</sup>

Pertumbuhan layanan ojek *online* yang begitu pesat dan berhasil menjaring ribuan tenaga kerja Indonesia sebagai *driver* telah menjadi fenomena sosial yang tidak bisa dianggap sebagai hal biasa tanpa mengesampingkan masih banyaknya ojek pangkalan yang ada. Layanan ojek online telah berhasil membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Indonesia serta memberikan pilihan model transportasi praktis bagi masyarakat yang mengharapkan sarana transportasi yang baik, aman, dan nyaman yang seharusnya disediakan oleh pemerintah. Kehadiran layanan ojek di Indonesia menjadi solusi bagi masyarakat yang merindukan sarana transportasi yang layak dan tepat waktu yang hingga saat ini belum bisa

---

<sup>52</sup> Rahardjo Adisasmata, *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, Hal: 3

dipenuhi oleh pemerintah sebagai penanggung jawab penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan. Sisi lain layanan ojek baik pangkalan maupun *online* membuat dilema mengenai pengaturan tentang angkutan umum di Indonesia karena secara jelas sepeda motor tidak termasuk ke dalam kendaraan bermotor yang dapat difungsikan sebagai angkutan umum dan membuat persaingan usaha antar perusahaan transportasi cenderung menjadi tidak sehat.

Persoalan hubungan produsen dan konsumen biasanya dikaitkan dengan produk (barang dan/atau jasa) yang dihasilkan oleh teknologi. Maka persoalan perlindungan konsumen berkaitan erat dengan persoalan teknologi, khususnya teknologi manufaktur dan teknologi informasi. Dengan makin berkembangnya industri dan teknologi memungkinkan semua lapisan masyarakat terjangkau oleh produk teknologi, yang berarti juga memungkinkan semua masyarakat terlibat dengan masalah perlindungan konsumen.

Metode pembayaran dari Grab pun ada 2 (dua) yaitu:

Yang pertama, pembayaran tunai ketika pesanan akan diantar dan konsumen melakukan pembayaran ke pihak *driver* yang bersangkutan,

Yang kedua yaitu via OVO. OVO adalah aplikasi dompet non-tunai yang dapat diakses dari aplikasi OVO, Grab, dan Tokopedia. Sebagai pengguna Grab, konsumen dapat menggunakan saldo OVO yang sudah terhubung dengan akun Grab untuk membayar perjalanan, pembelian *GrabFood*, pengiriman *GrabExpress*, pembayaran tagihan dan mendapatkan Ovo points secara bersamaan.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Help.grab.com, diakses pada tanggal 11 April 2021, Pukul 23.57 Wib



Jika melihat kemajuan perkembangan gerakan konsumen di Amerika Serikat, tentu Indonesia masih harus “belajar” banyak. Sebagaimana pernah disinyalir oleh Ketua *International Organization of Consumer Unions* (IOCU, sekarang CI) Erna Witoelar, perlindungan konsumen di Indonesia masih tertinggal. Ketertinggalan itu tidak hanya dibandingkan dengan negara-negara maju, bahkan bila dibandingkan dengan negara-negara sekitar Indonesia, seperti Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat (*non-governmental organization*) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota *Consumers International* (CI).

Menurut Robert B. Seidman<sup>54</sup> mengungkapkan peran hukum dalam pembangunan tersebut. Antara lain sebagai berikut: *Demand for development therefore appear as demands for New Law; New Rules of land tenure, marketing boards, planning, machinery, electoral polities, educational, institutions, monetary systems, tazation.*

Berbicara peranan hukum dalam pembangunan bangsa ada 2 (dua) konsep hukum yang perlu diketahui, antara lainnya:

---

<sup>54</sup> Robert B. Seidman, *the state law and development*. St. Mariu’s Press Inc, New York, 1978, Hal: 17

1. *Law as a tool of social control*, dalam arti hukum berperan sebagai alat untuk mempertahankan stabilitas masyarakat atau dengan kata lain berperan untuk mempertahankan apa yang telah terjadi sesuatu yang tetap dan diterima didalam masyarakat.<sup>55</sup>
2. *Law as a tool of social engineering*, hukum berperan untuk mengadakan perubahan-perubahan didalam masyarakat, seperti yang dinyatakan oleh Mochtar Kusuma Atmadja, sebagai sarana pembaharuan masyarakat hukum bertugas sebagai penyalur kegiatan manusia kearah yang dikehendaki dalam pembangunan.<sup>56</sup>

Berdasarkan angket atau pun kuesioner yang telah peneliti sebarakan bahwasannya konsumen yang menggunakan aplikasi Grab merasa terbantu dengan adanya fitur-fitur yang telah disediakan oleh Grab, terutama layanan pesan antar makanan (grab-food), yang mana konsumen tidak perlu mengantri atau pun transaksi langsung ke restoran yang di inginkan.

**Tabel III.1**

**Pertanyaan kepada *Driver* PT. Grab Indonesia selaku penyedia jasa, mengetahui resiko dan juga tanggung jawab dari pekerjaan sebagai *driver*.**

NO	Unit Populasi	Mengetahui	Tidak Mengetahui	Jumlah
	<i>Driver</i>	<b>50</b>	-	<b>50</b>
<b>Jumlah</b>				<b>50</b>

**Sumber data : Berdasarkan data lapangan setelah diolah Tahun 2021**

<sup>55</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Sosiologi Hukum*, Bharata, Jakarta, 1973, Hal: 58

<sup>56</sup> Abdul Gani, *Peranan Ilmu Hukum dalam Pembangunan Indonesia*, kertas kerja (*paper*), Simposium Peranan Ilmu Hukum dalam Pembangunan Indonesia, Surabaya, 17 November 1984, Hal:8

Berdasarkan Tabel III.1 diatas terlihat bahwa *Driver* PT. Grab Indonesia mengetahui segala resiko dan juga tanggung jawab yang diemban sebagai *driver* PT. Grab Indonesia.

Ojek *online* merupakan bagian dari kemajuan teknologi. Teknologi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah aktifitas manusia sehari-hari. Ojek *online* menjadi alternatif yang banyak di gemari oleh masyarakat karena beragam keunggulannya mencakup: kepraktisan, tranparansi, kepercayaan, keamanan, promo, dan lahan kerja baru/ sampingan.

- a) Dari segi kepraktisan, layanan jasa ojek *online* yang berbasis aplikasi *online* ini cukup menggunakan *smartphone* yang berkoneksi internet dan aplikasi jasa ojek *online* yang ada didalamnya.
- b) Dari segi transparansi, ojek online memungkinkan konsumen mengetahui dengan pasti setiap informasi tentang *driver* seperti, nama pengemudi, nomor pengemudi, posisi kendaraan yang akan di pakai, waktu perjalanan, dan lain-lain.
- c) Dari sisi kepercayaan, driver ojek *online* telah terdaftar di perusahaan transportasi *online*, yang berupa identitas lengkap dan perlengkapan kendaraan yang sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI), sehingga ini dapat meminimalisir resiko pengguna jasa *online*.
- d) Ojek *online* ini dianggap sebagai lahan pekerjaan bagi pengangguran atau kerja sambilan bagi mereka yang telah memiliki pekerjaan, karena waktu bekerja yang fleksibel serta kemudahan pendaftaran membuat masyarakat

banyak yang tergiur untuk bergabung menjadi *driver* pada perusahaan-perusahaan berbasis aplikasi *online*.

- e) Fitur promo, konsumen tidak hanya dimanjakan dengan tarif yang murah tapi juga dengan adanya diskon dan juga promo-promo yang menarik. Jika secara rutin konsumen memanfaatkan promo ojek *online*, maka penghematan biaya akan lebih terasa dan juga mampu mengurangi populasi udara dan kendaraan.<sup>57</sup>

**Tabel III.2**

**Tanggapan konsumen apakah menggunakan aplikasi yang disediakan oleh PT. Grab Indonesia**

NO	Unit Populasi	IYA	TIDAK	Jumlah
	Konsumen	48	2	50
<b>Jumlah</b>				<b>50</b>

**Sumber data : Berdasarkan data lapangan setelah diolah Tahun 2021**

Berdasarkan Tabel III.2 di atas bahwa berdasarkan survey dan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis hampir keseluruhan populasi yang menjadi objek penelitian penulis menggunakan aplikasi yang disediakan oleh PT. Grab Indonesia, selain fitur yang disediakan oleh PT. Grab Indonesia terbilang lengkap, voucher dan promo yang dihadirkan juga menarik.

Salah satu fitur layanan Grab yang sering digunakan oleh masyarakat ialah fitur pesan antar makanan (*delivery*) atau dikenal dengan layanan *Grabfood* ini merupakan salah satu muamalah baru, dimana terdapat transaksi jual beli antara

<sup>57</sup> Nurul Zakinah, *Skripsi, Efisiensi dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Driver Kota Makassar*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2019, Hal: 11-12



konsumen dengan penjual melalui perantara yaitu *driver Grabfood*. Yang menjadi terobosan bagi konsumen tanpa perlu langsung ke restoran dan dapat menikmati makanan dari rumah atau pun kantor saja.

**Tabel III.3**

**Pertanyaan kepada *Driver* PT. Grab Indonesia selaku penyedia jasa, menjadikan profesi ini sebagai pekerjaan sampingan?**

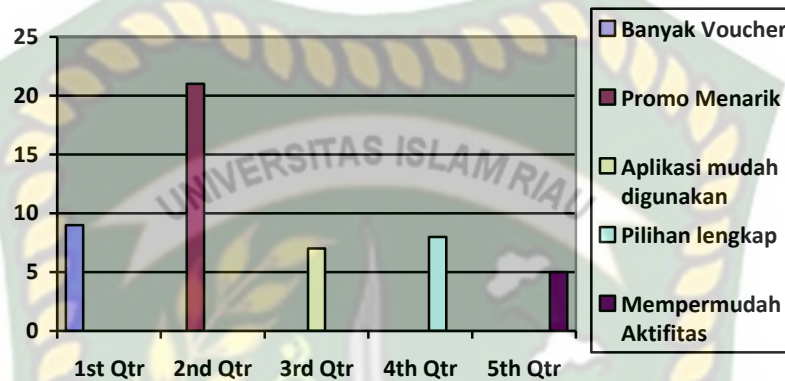
Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pekerjaan Utama	35	65%
Pekerjaan Sampingan	15	35%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber data : Berdasarkan data lapangan setelah diolah Tahun 2021**

Berdasarkan tabel III.3 diketahui bahwa 65% dijadikan sebagai pekerjaan utama dan 35% menjadikannya sebagai pekerjaan sampingan. Ojek *online* dijadikan sebagai profesi sampingan semata-mata untuk mengisi waktu luang juga sebagai pemasukan tambahan karena kurangnya pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan yang lainnya. Profesi sebagai *driver* ojek *online* pun tak sedikit yang menjadikannya sebagai pekerjaan utama, dilihat dari lalu lintas padat yang kita lalui selalu berpapasan dengan para pekerja dari ojek *online* ini, selain itu kurangnya lapangan pekerjaan menjadi alasan menjamurnya *driver* ojek *online*, yang mana tidak hanya PT. Grab Indonesia yang menjadi pelopor ojek *online*. Sehingga ini menjadi evaluasi bagi pemerintah dan juga perusahaan swasta sebagai upaya peningkatan mutu dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan meninjau perihal ini.

**Tabel III.4**

**Tanggapan konsumen atas pertanyaan apakah yang menjadi daya tarik saudara menggunakan aplikasi *grabfood***



Berdasarkan diagram yang telah penulis jabarkan, bahwasannya yang menjadi alasan pengguna aplikasi grabfood yakni 5 alasan teratas: Banyaknya voucher, promo-promo yang menarik, aplikasi mudah digunakan, Pilihan cukup lengkap dan juga mampu mempermudah aktifitas si konsumen dengan adanya fitur-fitur yang disediakan oleh PT. Grab Indonesia.

**Tabel III.5**

**Tanggapan *driver* atas pertanyaan apakah selama bekerja di PT. Grab Indonesia sudah mendapatkan hak-hak yang semestinya didapat?**

NO	Unit Populasi	Sudah	Belum	Jumlah
	<i>Driver</i>	23	27	50
<b>Jumlah</b>				<b>50</b>

Sumber data : Berdasarkan data lapangan setelah diolah Tahun 2021

Berdasarkan Tabel III.5 yang telah dijabarkan hak disini tidak hanya berarti upah yang diperoleh atas pekerjaan yang telah diselesaikan, sebagaimana dimaktub ada beberapa hak yang semestinya didapat yaitu :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan lainnya.<sup>58</sup>

Hukum perlindungan konsumen sangat dibutuhkan di Indonesia, antara lain: bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan UndangUndang Dasar 1945; bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan

---

<sup>58</sup> Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Op.Cit*, Pasal 6.

kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen; bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar; bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab.

**B. Kendala dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grabfood dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Perkembangan transportasi berbasis *online*, cukup menimbulkan perdebatan, kemunculan ojek *online* membuat keberadaan angkutan umum menjadi terancam dari sisi keberlanjutan, pendapatan dan peminat dari transportasinya mulai mengalami pergeseran. Kemudahan yang ditawarkan menarik minat dari konsumen untuk menikmati jasa yang diberikan oleh ojek *online*.

Disamping itu, masyarakat juga membandingkan usaha ojek *online* dan angkutan umum, ukuran efisiensi ojek *online* dengan angkutan umum berbeda



walaupun tujuannya sama, yaitu sama-sama membuat konsumen jasa angkutan merasa aman, nyaman, murah sehingga yang diuntungkan adalah masyarakat.<sup>59</sup>

Ojek *online* memiliki karakteristik yang cukup menarik berbagai kalangan tak terkecuali oleh perempuan. Pada akhirnya hal tersebut membuat masyarakat atau pencari kerja ingin mengetahui lebih lanjut perihal atau seluk beluk tentang menjadi pengemudi ojek *online*, kehidupan dijalanan, dan lain sebagainya.<sup>60</sup>

Pelaku kegiatan ekonomi atau kegiatan bisnis membutuhkan peranan hukum yaitu untuk memelihara ketertiban dan keamanan. Faktor utama hukum dapat berperan dalam kegiatan ekonomi adalah hukum mampu menciptakan stability, yaitu menyeimbangkan dan mengakomodasikan kepentingan – kepentingan yang saling bersaing. Lalu fungsi predictability, untuk meramalkan akibat dari satu langkah – langkah yang diambil. Kemudian aspek keadilan (*fairness*), seperti perlakuan yang sama dan standar pola tingkah laku pemerintah untuk menjaga mekanisme pasar dan mencegah birokrasi yang berlebihan.<sup>61</sup>

Adanya perkembangan bisnis yang begitu cepat, Grab juga memiliki layanan dalam bidang usaha yang dioperasikan melalui Aplikasi Grab dengan menawarkan pilihan layanan transportasi mulai dari taksi, mobil pribadi, sepeda motor, layanan pesan antar makanan hingga pengiriman paket untuk memenuhi

---

<sup>59</sup> Agus Pribadiono, *Transportasi Online Vs Tranportasi Tradisional Non-Online*, Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online, *Jurnal Sosiologi*, 13(2) , Hal: 134

<sup>60</sup> Hilman Rizky Hafidan, *Skripsi, Kontruksi Sosial Ojek Online Perempuan (Studi Tentang Ojek Online Perempuan di Kota Surabaya)*, 2019, Hal: 9

<sup>61</sup> Erman Raja guguk, *Hukum Ekonomi Indonesia memperkuat Persatuan Nasional, mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperluas kesejahteraan sosial.*, Dalam seminar pembangunan hukum nasional VIII, Bali 14-18 Juli 2003, buku 3, Badan pembinaan hukum Nasional departemen kehakiman RI, Jakarta, 20024, Hal: 252.

kebutuhan penumpang di Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam dan Indonesia.

Perusahaan ojek online menyatakan bahwa hubungan kerja yang terjadi antara perusahaan nya dengan para pekerja (*Driver*) bukan antara majikan dan buruh karena para pekerja ojek *online* dapat menolak pesanan yang masuk dengan kata lain tidak ada keharusan untuk mengerjakannya, dalam hubungan ini perusahaan sering menyebut para pekerja (*Driver*) ojek *online* sebagai mitra kerja bukan buruhnya.

Tugas driver mendapatkan penilain dari pelanggan setiap kali tugas diselesaikan dengan *rating* berupa bintang sejumlah 1 sampai 5. Jumlah bintang yang diberikan menunjukkan bagaimana pelayanan driver terhadap pelanggan. Bintang 1 menunjukan pelayanan yang sangat buruk, bintang 2 pelayanan buruk, bintang 3 pelayanan cukup, bintang 4 memuaskan, dan bintang 5 sangat memuaskan.

Tujuan dari *rating* yang diberikan pelanggan adalah untuk mengetahui kepuasan dari pelanggan dan kualitas dari *driver*. Setiap perusahaan dalam memasarkan produk pasti memiliki tujuan bagaimana pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterima. Namun setiap pelanggan memiliki nilai puas yang berbeda pada setiap pelayanan yang telah diberikan

Dengan adanya pemberian nilai dengan *rating* yang berbentuk bintang terhadap kinerja atau pun pelayanan ini tak jarang *driver* yang memberikan layanan terutama dalam fitur grab-food merasa tercurangi atau pun terdustakan dengan nilai (*rating*) yang diberikan oleh konsumen, kesalahan ataupun

kekeliruan datang dari pihak restoran yang mana bertindak sebagai produsen dan driver bertugas sebagai perantara saja.

*Driver* yang mendapatkan *rating* rendah pun dapat mempengaruhi performanya, selain itu diperlukan pula pembekalan ilmu dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Banyaknya latar belakang yang mendasari perusahaan sehingga diperlukan standarisasi dalam membentuk karakter perusahaan ojek *online* yang lebih baik lagi. Tak jarang tutur bahasa *driver* atau pun sikap dari *driver* tidak memenuhi kepuasan konsumen dan menjadi salah satu faktor pemberian *rating* yang rendah pula.

Berdasarkan paparan singkat penulis, bahwasannya salah satu kendalanya ialah kurangnya pembekalan ilmu atau pun tidak adanya standarisasi dalam pelayanan konsumen dan kurangnya pengetahuan driver terhadap hak – hak konsumen, dan konsumen pun perlu lebih menghargai dan mengetahui hak – hak dari *driver*.

## 1. Kode Etik Mitra

Kode Etik Mitra Pengemudi (“Kode Etik”) Grab Indonesia, sangat mengutamakan kepentingan keamanan, kenyamanan, serta akan bertindak tegas atas segala tindakan kekerasan seksual, dalam penggunaan Layanan (sebagaimana didefinisikan di dalam Perjanjian pada tautan <https://www.grab.com/id/terms/driver/>) oleh Mitra Pengemudi (“Mitra”). Anda memahami bahwa dengan telah mendaftar sebagai Mitra dan terikat pada Perjanjian serta menggunakan Layanan dari Grab Indonesia, Anda memahami bahwa Anda juga wajib mematuhi dan telah terikat pada Kode Etik ini, dan amandemen serta tambahan apa pun di masa mendatang sebagaimana dimuat dari waktu ke waktu.

Anda dengan ini juga menyatakan bahwa Anda telah membaca, memahami, menerima dan menyetujui ketentuan dalam Kode Etik Mitra ini. Oleh karena itu Anda wajib tunduk pada ketentuan yang diatur dalam Kode Etik Mitra di bawah ini.

## 2. Ketentuan Pelanggaran

Untuk mendukung praktik bisnis yang ber-etika dan mengedepankan Good Corporate Governance, Anda wajib bertindak dan berperilaku dengan baik dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan jujur dalam menggunakan Layanan, serta dilarang melakukan tindakan-tindakan yang diatur di bawah ini. Segala pelanggaran tindakan- tindakan tersebut akan ditindak sesuai ketentuan yang berlaku di bawah ini :



### 3. Kode Etik Umum Mitra Grab

No.	PELANGGARAN	SANKSI
1	Bertikai/melakukan tindakan di luar norma kesopanan/berperilaku kasar baik verbal ataupun non-verbal, fisik ataupun non-fisik, tidak terkecuali tindakan mengancam/mengintimidasi/menakut-nakuti/melecehkan secara SARA/fisik/seksual, dengan cara dan media apapun kepada pihak manapun, baik dengan penumpang/karyawan Grab/sesama mitra Grab/restoran yang terdaftar dalam platform GrabFood/pelanggan/pengguna jalan lainnya	Pengakhiran hubungan kemitraan
2	Mengendarai kendaraan dengan tidak memenuhi standar keselamatan sebagaimana yang telah diajarkan dalam training <i>Safety Riding</i> Grab, seperti, namun tidak terbatas pada : Berkendara ugal-ugalan, mengerem mendadak, menerobos lajur busway/palang kereta api, melawan arah, putar balik di area terlarang, berkecepatan tinggi di tikungan, atau tidak memperhatikan keamanan dan kenyamanan penumpang (pada saat membawa ibu hamil, manula, orang sakit, pada jalan yang rusak dan/atau polisi tidur).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras dan tidak bisa menerima order sementara</li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
3	Melakukan pelecehan seksual dan/atau non seksual kepada penumpang/pelanggan/Mitra Grab lainnya/restoran/staf restoran, baik secara langsung, dan/atau media apapun seperti melalui sms, telepon, surat, email, aplikasi pengirim pesan, media sosial atau lainnya, baik berupa teks, suara, gambar hingga video, atau cara lain yang dapat dibuktikan sebagai sarana pelecehan	Pengakhiran hubungan kemitraan
4	Tidak menginformasikan 10 hari sebelumnya kepada pihak Grab bahwa SIM/KTP/STNK akan segera berakhir masa berlakunya atau saat dokumen tersebut hilang	Pembekuan akun hingga data diperbarui (Mitra harus datang ke kantor Grab)

5	Dijatuhi hukuman tilang oleh pihak berwajib karena perilaku melanggar lalu lintas, seperti namun tidak terbatas pada, melanggar marka lalu lintas dan berkendara tanpa surat izin mengemudi, dan/atau mengganggu ketertiban umum	Peringatan, pembekuan sementara, hingga pengakhiran hubungan kemitraan (bergantung pada kasus dan riwayat pelanggaran pengemudi)
6	Terlibat dalam kecelakaan lalu lintas yang menyebabkan cedera terhadap diri sendiri dan/atau pihak ketiga, termasuk namun tidak terbatas pada penumpang, dan pengguna jalan lain, karena kelalaian mitra pengemudi dalam berkendara (contoh : berkendara di bawah pengaruh obat-obatan dan/atau minuman keras, memacu kendaraan di luar batas kecepatan aman yang diatur, melakukan pengereman secara mendadak, menjalankan kendaraan sebelum penumpang naik atau turun dari kendaraan, berkendara ugal-ugalan)	Peringatan, pembekuan sementara, hingga pengakhiran hubungan kemitraan (bergantung pada kasus dan riwayat pelanggaran pengemudi)
7	Mitra tidak memperbarui pergantian nomor telepon yang sebelumnya sudah terdaftar di sistem Grab baik melalui aplikasi Mitra ataupun melalui GDC	Pembekuan akun hingga Mitra melapor perihal perubahan nomor telepon ke GDC
8	Gagal dalam melakukan verifikasi wajah setelah penyelesaian pesanan dalam waktu yang ditentukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Tidak dapat menerima pesanan sementara waktu hingga melakukan verifikasi ke GDC</li> <li>- 2 kali : Tidak dapat menerima pesanan sementara waktu hingga melakukan verifikasi ke GDC &amp; wajib menandatangani surat pernyataan</li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
9	Menggunakan aplikasi Grab yang berasal dari sumber yang tidak resmi atau aplikasi lain yang bisa mengganggu/merugikan/mencurangi pihak manapun tidak terkecuali pihak Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan**
10	Menggunakan perangkat yang diubah tingkat keamanannya (contoh: Android Root / iOS Jailbreak)	Pengakhiran hubungan kemitraan

11	Menghubungi penumpang/pelanggan/Mitra Grab lainnya/restoran/staf restoran yang terdaftar dalam platform Grab untuk alasan yang tidak berhubungan dengan layanan aplikasi Grab melalui media apapun seperti melalui sms, telepon, surat, email, aplikasi pengirim pesan, media sosial atau lainnya, baik berupa teks, suara, gambar hingga video	Pengakhiran hubungan kemitraan
g12	Menyebarkan data/ informasi pribadi milik penumpang/ pelanggan/ mitra Grab lainnya/ restoran/staf restoran yang terdaftar dalam platform GrabFood melalui media apapun (contoh : media online, media cetak, aplikasi pengirim pesan, dan lainnya)	Pengakhiran hubungan kemitraan
13	Memiliki penumpang/pesanan langganan	Pengakhiran hubungan kemitraan
14	Melakukan kelalaian sehingga akun mitra dipakai oleh orang lain, Meminjamkan maupun melakukan jual beli akun Mitra Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan
15	Mencurangi atau memanipulasi sistem Grab milik sendiri atau orang lain untuk alasan apapun, termasuk untuk mendapatkan order/uang tambahan/bonus/insentif	Pengakhiran hubungan kemitraan dan dilaporkan ke pihak berwajib
16	Ikut serta dalam demonstrasi illegal apapun terhadap Grab serta memprovokasi mitra lain untuk melakukan kegiatan yang dapat merusak fasilitas umum atau merugikan pihak lain, dan atau merugikan pihak manapun tidak terkecuali pihak Grab (contoh: tindakan anarkis, perusakan fasilitas, razia, memboikot penggunaan aplikasi Grab)	Pengakhiran hubungan kemitraan dan dilaporkan ke pihak berwajib
17	Penumpang mengeluhkan/mengadu ke Pihak Berwajib (contoh: Polisi) dan Mitra dinyatakan bersalah	Pembekuan akun hingga dinyatakan tidak terbukti bersalah dan/atau pengakhiran hubungan kemitraan bila dinyatakan bersalah
18	Menyebarkan atau membujuk orang lain untuk menyebarkan berita tidak benar/bohong/palsu yang dapat merusak nama baik perusahaan ataupun karyawannya baik secara langsung (contoh: orasi di depan publik) maupun tidak langsung melalui media apapun (contoh: media sosial, media cetak), sehingga menimbulkan keresahan bagi Mitra Grab dan/atau kerugian bagi pihak manapun termasuk Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan



19	Menawarkan dan memberikan barang atau uang kepada Staff Grab yang bertujuan untuk melanggar peraturan	Pengakhiran hubungan kemitraan
20	Melakukan dan/atau menyelesaikan order/pesanan tanpa menjemput penumpang	Pengakhiran hubungan kemitraan
21	Menyalahgunakan akun pengguna layanan Grab (Aplikasi Grab) tidak terkecuali dengan menggunakan media lainnya (partner platform/aplikasi selain Grab) untuk melakukan order fiktif untuk keperluan sendiri maupun untuk orang lain, baik dilakukan sendiri maupun bekerjasama dengan pihak lain (contoh: Mitra Grab lainnya, restoran partner, pemilik toko)	Pengakhiran hubungan kemitraan
22	Melakukan tindakan kriminal/pidana terhadap penumpang atau siapapun baik selama perjalanan maupun setelahnya (contoh: melakukan kekerasan, penganiayaan, pelecehan, meneror, pencurian, pembunuhan, dll)	Pengakhiran hubungan kemitraan
23	Ditemukan atau dilaporkan membawa senjata api/tajam dan atau obat-obat terlarang saat sedang membawa penumpang dan/atau melakukan pekerjaan GrabFood/GrabExpress/lainnya dalam aplikasi Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan
24	Mengemudi dalam pengaruh alkohol atau NAPZA (Narkotika, Psikotropika dan Zat Adiktif lainnya)	Pengakhiran hubungan kemitraan
25	Terlibat kasus yang membutuhkan investigasi baik secara langsung maupun tidak langsung saat menjalankan sebuah layanan, termasuk sulit diajak bekerjasama / tidak kooperatif / secara sengaja memperlambat proses investigasi	Pembekuan akun hingga dinyatakan tidak terbukti bersalah dan/atau pengakhiran hubungan kemitraan bila dinyatakan bersalah
26	Teridentifikasi menggunakan dokumen yang dipalsukan termasuk identitas diri (contoh dokumen: KTP, SIM, KK, SKCK, dll.) dan/atau tidak melakukan verifikasi seperti yang disyaratkan atau dibutuhkan	Pembekuan akun hingga verifikasi dilakukan
27	Tidak mengindahkan undangan pelatihan wajib peningkatan kualitas mitra	Tidak bisa menerima order sementara sampai melakukan pelatihan



28	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tidak menggunakan masker; dan/atau</li> <li>2. menampakkan gejala umum terjangkit Coronavirus Disease-19 (Covid-19), termasuk namun tidak terbatas pada bersin-bersin, batuk, demam, ngilu badan, dan/atau sesak nafas, pada saat menyediakan Layanan Grab kepada Pengguna; dan/atau</li> <li>3. berkerumun di muka umum sebanyak 3 orang atau lebih tanpa menerapkan pembatasan sosial dan/atau fisik sebagaimana diwajibkan oleh Pemerintah</li> </ol>	Pembekuan akun sekurang-kurangnya 14 (empat belas) hari untuk kepentingan isolasi mandiri. Pembekuan akun akan diangkat setelah melewati waktu masa isolasi mandiri dalam hal Mitra dapat membuktikan dirinya terbukti negatif mengidap virus Covid-19 dengan memperlihatkan sekurang-kurangnya hasil <i>rapid test</i> yang telah diverifikasi oleh tenaga kesehatan yang berkompeten dan resmi
<b>Khusus bagi penyedia layanan GrabProtect</b>		
29	Tidak membawa dan/atau menggunakan perlengkapan khusus Grab Protect, seperti bio-partisi kendaraan dan Hand Sanitizer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Tidak bisa menerima order sementara, wajib online training, dan datang ke GDC untuk pengecekan bio partisi &amp; tanda tangan pernyataan</li> <li>- 2 kali : Pencabutan layanan Grab Protect</li> </ul>
30	Memakai masker tanpa menutupi mulut dan/atau hidung, teridentifikasi bagian dalam/luar kendaraan dalam keadaan kotor dan/atau bau ketika memberikan pelayanan Grab	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib melakukan Training</li> <li>- 4 kali : Pencabutan layanan Grab Protect</li> </ul>

31	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak datang saat diundang untuk pengecekan higienitas dan disinfeksi kendaraan secara berkala; dan/atau</li> <li>2. Tidak aktif memberikan pelayanan Grab Protect dalam waktu 14 hari semenjak layanan Grab Protect Aktif</li> </ol>	Pencabutan layanan Grab Protect
32	Standar layanan di bawah rata-rata (contoh: rating rendah, tingkat penerimaan rendah, tingkat pembatalan tinggi, tingkat penyelesaian rendah, jumlah perjalanan rendah, waktu online) sebagaimana standar layanan yang berlaku akan diberitahukan oleh Grab dari waktu ke waktu melalui kanal-kanal informasi yang dimiliki oleh Grab	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Pencabutan layanan Grab Protect</li> </ul>
33	Tidak mengembalikan bio-partisi saat layanan Grab protect mitra dicabut	Dalam waktu 1 minggu tidak dikembalikan, deduksi Rp 150.000 pada dompet mitra

Ketentuan berikut diterapkan hanya selama kewajiban penerapan pembatasan sosial dan/atau fisik yang ditetapkan pemerintah melalui peraturan dan/atau dokumen resmi lainnya yang diterbitkan oleh pemerintah yang berwenang. Dalam hal tidak ada peraturan dan/atau dokumen resmi yang diterbitkan atau peraturan dan/atau dokumen tersebut dinyatakan sudah dicabut namun status “Bencana Nasional Nonalam Penyebaran Corona Virus Diseases 2019 (COVID-19) Sebagai Bencana Nasional” masih berlaku, maka perilaku sebagaimana diatur di sini, khususnya poin (ii), akan tetap dianggap sebagai pelanggaran dan akan dikenakan sanksi sebagaimana diatur tersebut.

#### 4. Kode Etik Mitra Pengemudi Penyedia Layanan Grabbike

##### a) Pelanggaran Ringan

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Tidak menjaga kebersihan penampilan, termasuk aroma badan/mulut saat berinteraksi langsung dengan penumpang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan</li> <li>- 3 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 4 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 5 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
2	Kendaraan yang digunakan tidak dalam kondisi standar bawaan pabrik hingga berdampak pada ketidaknyamanan dan/atau keamanan penumpang. Termasuk ketidaklengkapan plat nomor kendaraan pada sisi depan dan/atau sisi belakang kendaraan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan</li> <li>- 3 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 4 kali : Pembekuan Akun hingga mitra melapor perbaikan kendaraan ke GDC</li> <li>- 5 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>

##### b) Pelanggaran Berat

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Tidak berpenampilan sopan/bersih dan tidak memakai atribut helm dan jaket Grab, celana panjang dan sepatu tertutup*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> </ul>
2	Memodifikasi atau mengubah tampilan atau bentuk helm dan jaket Grab*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
3	Kondisi atribut helm atau jaket Grab tidak layak pakai*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden lain yang setara, penemuan atas ketidakpatuhan standar</li> </ul>
4	Tidak mempersiapkan/membawa perlengkapan untuk berkendara saat hujan: 2 jas hujan, sepatu karet, dan lainnya	

		berkendara & layanan dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra
5	Mitra tidak menghubungi/tidak merespon/tidak dapat dihubungi penumpang/pelanggan*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
6	Menurunkan penumpang bukan di lokasi yang tertera pada aplikasi Grab tanpa persetujuan penumpang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
7	Menyalahgunakan/tidak memberikan potongan harga bagi penumpang/pelanggan yang menggunakan kode promo*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
8	Meminta atau melakukan penambahan biaya/bayaran di luar tarif yang tertera/ditentukan di aplikasi Grab tanpa sepengetahuan dan persetujuan penumpang/pelanggan*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
9	Kendaraan dalam keadaan kotor	- 1 kali : Peringatan



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 4 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
10	Menekan tombol “Mulai” sebelum waktunya*	Pembekuan akun hingga 3 hari
11	Standar layanan di bawah rata-rata (contoh: rating rendah, tingkat penerimaan rendah, tingkat pembatalan tinggi, tingkat penyelesaian rendah, jumlah perjalanan rendah, waktu online) sebagaimana standar layanan yang berlaku akan diberitahukan oleh Grab dari waktu ke waktu melalui kanal-kanal informasi yang dimiliki oleh Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan
12	Mengambil pesanan/booking yang akan membutuhkan waktu lebih dari 30 menit menuju tempat penjemputan / akan terlambat lebih dari 30 menit tanpa pemberitahuan kepada penumpang*	Pembekuan akun hingga 3 hari

\*Berlaku untuk penyedia layanan roda dua lainnya, seperti GrabExpress dan atau GrabFood

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

**d) Pelanggaran Sangat Berat**

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Menggunakan plat nomor kendaraan yang berbeda dengan yang tampil pada aplikasi Grab*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan Keras untuk perbaiki data ke GDC atau <i>Mobile Service</i></li> <li>- 2 kali : Pembekuan akun hingga mitra memperbarui data ke GDC atau <i>Mobile Service</i></li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden</li> </ul>

		lain yang setara, penemuan atas ketidaksesuaian informasi pada aplikasi Mitra dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra
2	Menggunakan kendaraan yang tidak sesuai dengan yang terdaftar pada aplikasi Grab*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan Keras untuk perbaiki data ke GDC atau <i>Mobile Service</i></li> <li>- 2 kali : Pembekuan akun hingga mitra memperbarui data ke GDC atau <i>Mobile Service</i></li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden lain yang setara, penemuan atas ketidaksesuaian informasi pada aplikasi Mitra dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra</li> </ul>
3	Merokok di kendaraan pada saat membawa penumpang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 2 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul>
4	Perbedaan identitas pengemudi dengan identitas mitra yang tampil pada aplikasi Grab*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 2 kali : Pembekuan akun dan menandatangani surat pernyataan</li> <li>- 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan</li> </ul> <p>Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden lain yang setara, penemuan atas ketidaksesuaian informasi pada aplikasi Mitra dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra</p>
5	Segala kecurangan yang menggunakan dan atau melibatkan metode pembayaran Tunai dan/atau Non-Tunai, yang dapat merugikan pihak manapun baik materiil	Pengakhiran hubungan kemitraan dan dapat dilaporkan ke pihak berwajib

	maupun immaterial*	
6	Melakukan penjualan atau pembelian atribut baik helm atau jaket, yang dapat menyebabkan kerugian pada pihak Grab, baik berupa kerugian materiil dan immaterial (pencemaran nama baik)*	Pengakhiran hubungan kemitraan
7	Membatalkan pesanan/mematikan aplikasi Grab namun tetap mengantar penumpang/pesanan*	Pengakhiran hubungan kemitraan
8	Mengambil pesanan yang tidak sesuai dengan yang tertera di Aplikasi Grab (contoh: pesanan dengan alamat yang tidak sesuai)	Pengakhiran hubungan kemitraan
9	Mengambil/menahan/merusak secara sengaja/tidak sengaja apapun yang menjadi hak milik penumpang, baik yang tertinggal/dititipkan ke Mitra Grab	Pengakhiran hubungan kemitraan

\*Berlaku untuk penyedia layanan roda dua lainnya, seperti GrabExpress dan/atau GrabFood

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

## 5. Kode Etik Mitra Pengemudi Penyedia Layanan Grabexpress

### a) Dengan Media Pengantaran Sepeda Motor

#### 1) Pelanggaran Ringan

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Meminta atau melakukan penambahan biaya/bayaran diluar tarif yang tertera/ditentukan di aplikasi Grab tanpa sepengetahuan dan persetujuan penumpang/pelanggan (contoh : uang parkir, tidak mengembalikan kelebihan pembelanjaan, uang tips, dll)*	- 1 kali : Peringatan - 2 kali : Peringatan Keras - 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training - 4 kali : Pencabutan layanan
2	Menolak atau menunda-nunda mengambil dan mengantarkan paket atau makanan ke lokasi titik dan alamat yang sudah ditentukan lebih dari 15 menit sejak order teralokasi, walau ukuran barang sudah sesuai dengan batas standar yang ditentukan	GE

3	Mengantarkan paket ke alamat yang tidak sesuai dengan alamat yang tertera di aplikasi Grab tanpa mendapat konfirmasi dan persetujuan dari Customer	
4	Memilih alasan pembatalan yang tidak sesuai	
5	Menerima pesanan pengiriman barang yang melebihi ukuran standar	
6	Tidak mengambil dan mengunggah bukti foto penjemputan dan bukti pengantaran dengan benar sesuai ketentuan GrabExpress	
7	Tidak menyiapkan tas, tali pengikat, pelindung paket dari hujan, dan perlengkapan lainnya yang diperlukan sehingga menimbulkan kerusakan pada paket dan makanan yang dibawa	
8	Menjalankan pekerjaan yang tidak sesuai dengan aplikasi (contoh : menjalankan pekerjaan Grab Assistant pada layanan GrabExpress Instant)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training</li> <li>- 4 kali : Pencabutan layanan GE</li> </ul>
9	Melayani permintaan pembelian transaksi elektronik pada semua layanan GrabExpress (contoh : menalangi pembelian pulsa, transaksi e-commerce, dll)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan Keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training</li> <li>- 4 kali : Pencabutan layanan GE</li> </ul>
		*Mitra tidak mendapatkan penggantian jika terjadi kerugian yang disebabkan karena perbuatan fraud oleh pelanggan



10	Menggunakan kata-kata kasar dan tidak sopan ketika berkomunikasi dengan Pelanggan baik dalam bentuk lisan atau non lisan	- 1 kali : Peringatan Keras - 2 kali : Peringatan Keras - 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training - 4 kali : Pencabutan layanan GE
----	--	--

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

### 2) Pelanggaran Berat

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Merokok di kendaraan pada saat menjemput atau mengantarkan paket atau makanan pada saat mengerjakan layanan GrabExpress / GrabFood	- 1 kali : Peringatan Keras - 2 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training - 3 kali : Pengakhiran hubungan kemitraan***
2	Mengumpulkan paket atau order di luar dari aturan yang Berlaku	- 1 kali : Peringatan Keras - 2 kali : Tidak bisa menerima order
3	Melempar paket kiriman tanpa disetujui oleh pemilik barang	menerima order
4	Salah mengantarkan paket karena lalai dalam melakukan pengecekan paket yang akan dikirimkan	sementara dan wajib Online Training - 3 kali : Pencabutan layanan GE
5	Menekan tombol ambil makanan / barang dan selesai sebelum menyelesaikan pekerjaan yang tidak sesuai dengan tempat dan Waktunya	

6	Menyelesaikan status kiriman tanpa mengambil barang kiriman dan atau mengirimkan barang kiriman kepada Customer	– 1 kali : Pembekuan akun selama 5 hari – 2 kali : Pencabutan layanan GE
7	Tidak memberikan / kurang dalam memberikan uang setoran atas layanan Grab Express COD (Cash On Delivery) maksimal 1 hari setelah menyelesaikan order Grab Express COD	– 1 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training – 2 kali : Pencabutan layanan GE COD
8	Menahan paket lebih dari 6 jam untuk layanan Grab Express Instant dan lebih dari 12 jam untuk layanan Grab Express Sameday tanpa konfirmasi ke pihak pengirim dan penerima dan wajib mengganti jika terdapat kerusakan atau kehilangan paket	Pembekuan akun sampai paket diterima oleh Customer
9	Standar layanan di bawah rata-rata (contoh: rating rendah, tingkat penerimaan rendah, tingkat pembatalan tinggi, tingkat penyelesaian rendah, jumlah perjalanan rendah, waktu online) sebagaimana standar layanan yang berlaku akan diberitahukan oleh Grab dari waktu ke waktu melalui kanal-kanal informasi yang dimiliki oleh Grab	– 1 kali : Pembekuan akun hingga 3 hari – 2 kali : Pencabutan layanan GE

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

### 3) Pelanggaran Sangat Berat

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Segala kecurangan yang menggunakan dan/atau melibatkan metode pembayaran Tunai dan/atau Non-Tunai, yang merugikan pihak manapun baik materiil maupun immaterial*	Pengakhiran hubungan kemitraan dan dapat dilaporkan ke pihak berwajib***
2	Mitra menggelapkan paket dan/atau tidak melakukan konfirmasi kepada customer atau CE sejak 3 hari sejak order dilakukan	

3	Dengan sadar dan sengaja melakukan pengiriman barang yang dilarang oleh undang – undang yang berlaku	
---	--	--

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

## 6. Kode Etik Mitra Pengemudi Penyedia Layanan Grabfood

### a) Dengan Media Pengantaran Sepeda Motor

#### 1) Pelanggaran Ringan

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Tidak berpenampilan sopan/bersih, termasuk namun tidak terbatas pada tidak menggunakan celana panjang dan sepatu tertutup***	– 1 kali : Peringatan – 2 kali : Peringatan Keras – 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training
2	Tas pengantar makanan dalam keadaan kotor***	– 4 kali : Pencabutan layanan GF
3	Pesanan yang diterima pelanggan dalam kondisi tidak sesuai dengan saat diberikan oleh Restoran Partner (contoh: tumpah, acak-acakan, dll)	
4	Memilih alasan pembatalan yang tidak sesuai	
5	Tidak mengunggah bukti pembelian yang sesuai order di aplikasi Grab, atau sengaja mengunggah bukti pembelian yang tidak jelas/tidak relevan	
6	Tidak menyiapkan tali pengikat, pelindung barang dan/atau makanan dari hujan, dan perlengkapan lainnya yang diperlukan sehingga menimbulkan kerusakan pada makanan yang dibawa	
7	Menggunakan kata-kata kasar dan tidak sopan ketika berkomunikasi dengan Pelanggan baik dalam bentuk lisan atau non lisan	

8	Menolak atau menunda-nunda mengambil dan mengantarkan paket atau makanan ke lokasi titik dan alamat yang sudah ditentukan lebih dari 15 menit sejak order teralokasi, walau ukuran barang sudah sesuai dengan batas standar yang ditentukan	
9	Melayani permintaan pembelian transaksi elektronik pada semua layanan GrabFood (contoh : menalangi pembelian pulsa, transaksi e-commerce, dll)	– 1 kali : Peringatan – 2 kali : Peringatan Keras – 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training – 4 kali : Pencabutan layanan GF *Mitra tidak mendapatkan penggantian jika terjadi kerugian yang disebabkan karena perbuatan fraud oleh pelanggan

\*\*\* Berlaku apabila relevan

## 2) Pelanggaran Berat

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Kemasan makanan rusak (contoh : segel makanan terlepas, kemasan sobek) dan/atau jumlah dan/atau jenis makanan dan/atau minuman berbeda dari pesanan pelanggan yang terekam dalam aplikasi, yang disebabkan oleh kesalahan dan/atau kelalaian mitra pengemudi, baik disengaja maupun tidak disengaja, tanpa adanya risiko dan/atau keluhan dari pelanggan setelah mengonsumsi makanan (contoh : pelanggan mengalami keracunan makanan)	– 1 kali : Peringatan Keras – 2 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training – 3 kali : Pencabutan layanan GF
2	Dalam hal pelanggaran nomor 1 di atas terbukti mengakibatkan risiko dan/atau keluhan kesehatan dari pelanggan pada saat mengonsumsi makanan, dan/atau minuman yang dipesan	Pengakhiran hubungan kemitraan



3	Menyelesaikan status pesanan GrabFood tanpa mengambil pesanan dan/atau mengirimkan pesanan kepada pelanggan	– 1 kali : Pembekuan akun selama 5 hari – 2 kali : Pencabutan layanan GF
4	Menekan tombol ambil makanan / barang dan selesai yg tidak sesuai dengan tempat dan waktunya	– 1 kali : Peringatan Keras – 2 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib Online Training – 3 kali : Pencabutan layanan GF
5	Standar layanan di bawah rata-rata (contoh: rating rendah, tingkat penerimaan rendah, tingkat pembatalan tinggi, tingkat penyelesaian rendah, jumlah perjalanan rendah, waktu online) sebagaimana standar layanan yang berlaku akan diberitahukan oleh Grab dari waktu ke waktu melalui kanal-kanal informasi yang dimiliki oleh Grab	– 1 kali : Pembekuan akun hingga 3 hari – 2 kali : Pencabutan layanan GF

**b) Dengan Media Pengantaran Grabrental**

**1) Pelanggaran Ringan**

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Memodifikasi atau mengubah tampilan atau bentuk dari perlengkapan pengantaran yang dipinjamkan Grab kepada mitra pengemudi, termasuk namun tidak terbatas pada helm, jaket Grab, dan/atau tas pengantaran makanan*	– 1 kali : Peringatan – 2 kali : Peringatan keras – 3 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training – 4 kali : Pencabutan layanan GF
2	Kondisi atribut helm atau jaket Grab tidak layak pakai*	Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden lain yang setara, penemuan atas ketidakpatuhan standar berkendara & layanan dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra
3	Tidak berpenampilan sopan/bersih dan tidak memakai atribut helm dan jaket Grab, celana panjang, sepatu tertutup dan tidak menggunakan tas pengantar makanan***	
4	Kendaraan, Helm, dan/atau tas pengantar makanan yang dipinjamkan dikembalikan kepada Grab dalam keadaan kotor***	

5	Tidak menjaga kebersihan penampilan, termasuk aroma badan/mulut saat berinteraksi langsung dengan mitra penjual GrabFood dan/atau penerima makanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan</li> <li>- 3 kali : Peringatan keras</li> <li>- 4 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib mengikuti training</li> <li>- 5 kali : Pencabutan layanan GF</li> </ul>
6	Mitra meminta/membatalkan pesanan tanpa konfirmasi kepada pelanggan*	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 kali : Peringatan</li> <li>- 2 kali : Peringatan keras</li> <li>- 3 kali : Tidak bisa menerima order</li> </ul>
7	Mitra tidak menghubungi/tidak merespon/tidak dapat dihubungi pelanggan*	
8	Menyalahgunakan/tidak memberikan potongan harga bagi pelanggan yang menggunakan kode promo*	<ul style="list-style-type: none"> <li>sementara dan wajib online training</li> <li>- 4 kali : Pencabutan layanan GF</li> </ul>
9	Meminta atau melakukan penambahan biaya/bayaran di luar tarif yang tertera/ditentukan di aplikasi Grab tanpa sepengetahuan dan persetujuan pelanggan*	
10	Memilih alasan pembatalan yang tidak sesuai	
11	Menitipkan pesanan tanpa konfirmasi ke pemilik	
12	Pesanan yang diterima pelanggan dalam kondisi tidak sesuai dengan saat diberikan oleh Restoran Partner (contoh: tumpah, acak-acakan, dll)	
13	Tidak mengunggah bukti pembelian yang sesuai order di aplikasi Grab, atau sengaja mengunggah bukti pembelian yang tidak jelas/tidak relevan	

*\*Berlaku untuk penyedia layanan roda dua lainnya, seperti GrabExpress dan atau GrabFood*

*\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus*

*\*\*\* Berlaku apabila relevan*

## 2) Pelanggaran Berat

No	PELANGGARAN	SANKSI
1	Melanggar peraturan lalu lintas atau ketertiban umum, termasuk namun tidak terbatas pada mengendarai kendaraan melebihi kecepatan yang ditentukan oleh perlengkapan keselamatan minimum yang diwajibkan (contoh : helm), berkendara melawan arus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 1 kali : Peringatan keras</li> <li>– 2 kali : Tidak bisa menerima order sementara dan wajib online training</li> <li>– 3 kali : Pencabutan layanan GF</li> </ul>
2	Mengumpulkan order di luar dari aturan yang berlaku dengan tujuan untuk mencari keuntungan pribadi	
3	Kemasan makanan rusak (contoh : segel makanan terlepas, kemasan sobek) dan/atau jumlah dan/atau jenis makanan dan/atau minuman berbeda dari pesanan pelanggan yang terekam dalam aplikasi, yang disebabkan oleh kesalahan dan/atau kelalaian mitra pengemudi, baik disengaja maupun tidak disengaja, tanpa adanya risiko dan/atau keluhan dari	
	pelanggan setelah mengonsumsi makanan (contoh : pelanggan mengalami keracunan makanan).	
4	Standar layanan di bawah rata-rata (contoh: rating rendah, tingkat penerimaan rendah, tingkat pembatalan tinggi, tingkat penyelesaian rendah)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 1 kali : Pembekuan akun selama 5 hari</li> <li>– 2 kali : Pencabutan layanan GF</li> </ul>
5	Menyelesaikan pesanan tanpa mengantarkan pesanan	
6	Perbedaan identitas pengemudi dengan identitas mitra yang tampil pada aplikasi Grab*	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 1 kali : Peringatan keras</li> <li>– 2 kali : Pembekuan akun dan menandatangani surat pernyataan</li> <li>– 3 kali : Pencabutan layanan GF</li> </ul> <p>Pada kondisi kecelakaan lalu lintas atau insiden lain yang setara, penemuan atas ketidaksesuaian informasi pada aplikasi Mitra dapat berakibat pada gugurnya manfaat perlindungan asuransi keselamatan bagi Mitra</p>

\*Berlaku untuk penyedia layanan roda dua lainnya, seperti GrabExpress dan



atau GrabFood

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

\*\*\* Berlaku apabila relevan

### 3. Pelanggaran Sangat Berat

No	Pelanggaran	Sanksi
1	Menghilangkan dan/atau merusak seluruh perlengkapan yang disewa dari Grab, termasuk namun tidak terbatas pada moda pengantaran (contoh : e-scooter, sepeda elektrik) beserta perlengkapannya (kunci, helm, dan/atau tas pengantaran makanan)	1. Denda hingga Rp 7.500.000, dan 2. Pembekuan akun hingga denda tersebut dilunasi
2	Melakukan pengantaran dengan kendaraan selain dari yang telah disewa dari mitra penyewaan kendaraan Grab untuk kegiatan penyediaan layanan GrabFood*	Pencabutan layanan GF
3	Segala kecurangan yang menggunakan dan/atau melibatkan metode pembayaran Tunai dan/atau Non-Tunai, yang dapat merugikan pihak manapun baik materiil maupun immaterial*	
4	Melakukan penjualan atau pembelian atribut baik helm, tas pengantaran makanan, dan/atau jaket, yang dapat menyebabkan kerugian pada pihak Grab, baik berupa kerugian materiil dan immateriil (pencemaran nama baik)*	
5	Membatalkan pesanan/mematikan aplikasi Grab namun tetap mengantar pesanan*	
6	Mengambil pesanan yang tidak sesuai dengan yang tertera di Aplikasi Grab (contoh : pesanan dengan alamat yang tidak sesuai)	

\*Berlaku untuk penyedia layanan roda dua lainnya, seperti GrabExpress dan atau GrabFood

\*\*Sisa Saldo & Bonus Hangus

\*\*\* Berlaku apabila relevan



Seluruh penyedia layanan diberikan perlindungan yang setara atas keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan akunnya dalam menyelenggarakan layanan. Seluruh Mitra memiliki transparansi yang jelas atas perlakuan Grab Indonesia terhadap praktek kecurangan yang melanggar Kode Etik dan aturan praktek kecurangan dalam Kode Etik ini.

Tidak ada toleransi bagi oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk memanipulasi sistem perlindungan yang Grab Indonesia terapkan bagi Mitra. Bila Mitra mengulangi lagi pelanggaran yang memiliki sanksi berupa peringatan atau pembekuan akun sementara, pihak Grab berhak memberikan sanksi yang lebih berat lagi hingga sanksi berupa pengakhiran hubungan kemitraan.

Segala bentuk pelanggaran Kode Etik, Mitra akan mendapatkan kesempatan untuk mengajukan banding, jika dan hanya jika Mitra memiliki bukti yang kuat dan otentik yang bisa membuktikan ketidakbersalahan Mitra.

## **2. Ketentuan Kekerasan Seksual**

Grab Indonesia, sejak awal berdiri, telah berkomitmen penuh untuk menghormati penegakan hak asasi manusia (HAM) dan keadilan serta kesetaraan gender. Komitmen ini meliputi pencegahan dan penanganan kekerasan seksual (termasuk kekerasan seksual terhadap anak) dalam penggunaan Layanan aplikasi Grab Indonesia.

Grab Indonesia menerapkan kebijakan berupa **ZERO TOLERANCE!!** untuk **SEGALA BENTUK KEKERASAN SEKSUAL**, menolak cara pandang yang keliru dalam menyikapi kekerasan seksual, dan mendukung upaya

penegakan hukum terhadap pelaku dan pemulihan terhadap korban. Grab Indonesia berupaya membangun kemitraan bersama dengan lembaga negara, Pemerintah, aparat penegak hukum, lembaga swadaya masyarakat, para ahli/pakar, dalam mencegah dan menangani kekerasan seksual.

Pengertian kekerasan seksual dalam Kode Etik ini adalah setiap perbuatan merendahkan, menghina, menyerang, dan/atau perbuatan lainnya terhadap tubuh, hasrat seksual seseorang, dan/atau fungsi reproduksi, secara paksa, bertentangan dengan kehendak seseorang, yang menyebabkan seseorang itu tidak mampu memberikan persetujuan dalam keadaan bebas, karena ketimpangan relasi kuasa dan/atau relasi gender dan/atau sebab lainnya, yang berakibat atau dapat berakibat penderitaan atau kesengsaraan secara fisik, psikis, seksual, kerugian secara ekonomi, sosial, budaya, dan/atau politik (“**Kekerasan Seksual**”).

Bentuk-bentuk Kekerasan Seksual adalah sebagai berikut:

Tindakan	Penjelasan
Pelecehan seksual	Tindakan <b>fisik</b> atau <b>non-fisik</b> kepada orang lain, yang berhubungan dengan bagian tubuh seseorang, yang terkait hasrat seksual, yang mengakibatkan orang lain tidak nyaman, terintimidasi, terhina, direndahkan, atau dipermalukan.  Penjelasan lanjutan: 1. Yang dimaksud bentuk “ <b>fisik</b> ” (body contact) adalah meliputi tetapi tidak terbatas dalam bentuk, sentuhan, usapan, colekan, dekapan, dan/atau ciuman. 2. Yang dimaksud bentuk “ <b>non-fisik</b> ” (no body contact) meliputi tetapi tidak terbatas dalam bentuk, menggoda, merayu, siulan, kedipan mata, tatapan dan pandangan kepada bagian tubuh seseorang, ucapan yang bernuansa seksual, ajakan melakukan hubungan seksual, mempertunjukkan materi pornografi, mempertunjukkan alat kelamin, merekam, atau memfoto secara diam-diam tubuh seseorang.

Perkosaan	Tindakan pemaksaan hubungan seksual dengan kekerasan, ancaman kekerasan, atau tipu muslihat, atau menggunakan kondisi seseorang yang tidak mampu memberikan persetujuan yang sesungguhnya, termasuk memasukkan alat kelamin laki- laki ke alat kelamin perempuan, alat kelamin laki-laki ke anggota tubuh lainnya, atau anggota tubuh atau benda ke dalam alat kelamin perempuan, dubur, atau mulut.
Eksplorasi seksual	Tindakan dengan kekerasan, ancaman kekerasan, tipu daya, kebohongan, nama atau identitas atau martabat palsu, atau penyalahgunaan kepercayaan, agar seseorang melakukan hubungan seksual dengannya atau orang lain, atau tindakan yang memanfaatkan tubuh orang tersebut untuk pemenuhan keinginan seksual, dengan maksud menguntungkan dan memuaskan seksual diri sendiri atau orang lain.

Grab Indonesia memberi perhatian lebih dalam hal kekerasan seksual menimpa kelompok rentan, antara lain anak, penyandang disabilitas, perempuan hamil, lansia, masyarakat adat, dan korban kekerasan. Grab Indonesia mengadopsi definisi anak sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Anak, yaitu seseorang berusia di bawah 18 (delapan belas) tahun.

Grab Indonesia memiliki kebijakan anti pembalasan (retaliation), yaitu tindakan pembalasan yang dilakukan atau direncanakan oleh seseorang yang dapat diduga melakukan kekerasan seksual, terhadap seseorang yang melaporkan atau mengadakan tindakan orang tersebut, atau seseorang yang menolong pelaporan atau pengaduan, atau seseorang yang berpartisipasi dalam pemeriksaan. Grab Indonesia tidak menolerir tindakan main hakim sendiri, termasuk namun tidak terbatas pada tindakan menakut-nakuti, mengancam, mengintimidasi, atau memaksa pelapor atau pengadu membuat pernyataan tertulis atau lisan terkait pencabutan laporan atau pengaduan.

Grab Indonesia tidak menolerir adanya pelaporan atau pengaduan palsu dengan tujuan yang dapat diduga menjatuhkan reputasi Grab Indonesia. Segala pelanggaran terkait Kekerasan Seksual beserta bentuk-bentuknya sebagaimana diuraikan di atas, akan ditindak dengan sanksi yang tegas oleh Grab Indonesia, dan oleh karena itu atas pertimbangan yang wajar, dan sesuai pernyataan dan jaminan yang Anda nyatakan dalam Perjanjian, Anda sebagai Mitra mengerti dan paham bahwa Grab Indonesia Berhak Untuk Memutuskan Hubungan Kemitraan Anda Secara Sepihak, dan berhak untuk mendampingi siapapun baik korban maupun pihak terkait lainnya untuk Mempidanakan Dan Mempenjarakan Anda Sesuai Undang- Undang Yang Berlaku.

Oleh karena itu, dihimbau agar anda untuk selalu mematuhi ketentuan Kekerasan Seksual dalam Kode Etik ini, Menahan Diri, Berfikiran positif dan bertindak profesional dalam menjalankan kegiatan serta pemberian pelayanan kepada para penumpang dalam penggunaan layanan Grab Indonesia.

### **3. Pernyataan Mitra Atas Tindakan**

Dengan ini Anda menyatakan dan setuju bahwa:

- a. Anda sepenuhnya memahami semua klausul yang disebutkan di atas;
- b. Akun Anda akan dimatikan dan nilai saldo dalam akun Grab dikembalikan ke rekening bank pribadi Anda, apabila Anda telah menyatakan pengunduran diri sebagai Mitra;
- c. Akun anda akan dinonaktifkan jika terbukti dalam sistem telah membiarkan akun Anda tidak beroperasi/aktif dalam jangka waktu lebih dari 3 bulan secara berturut-turut dan untuk mengaktifkannya



kembali, anda dengan ini memberikan kuasa kepada Grab, berdasarkan pertimbangannya, termasuk melihat kondisi ekonomi serta keseimbangan antara permintaan dari pelanggan serta ketersediaan mitra pengemudi, sehubungan dengan pengaktifan kembali akun Anda;

- d. Dalam hal anda melakukan pelanggaran atas kode etik yang anda setujui dan memiliki sanksi pengakhiran hubungan kemitraan serta tidak dikembalikannya saldo dompet elektronik Anda, Anda dengan ini melepaskan dan membebaskan serta tidak akan menuntut Grab atas sisa saldo dompet elektronik Anda yang hangus sebagai denda atas pelanggaran tersebut;
- e. Anda akan semata-mata bertanggung jawab untuk setiap kewajiban dan segala pencemaran nama baik yang diakibatkan oleh tindakan Anda, pengoperasian kendaraan bermotor Anda atau kendaraan penumpang, dan/atau taksi atau layanan pengiriman penumpang, termasuk, namun tidak terbatas pada cedera individu, kematian, dan kerusakan properti;
- f. Anda siap bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh Grab Indonesia jika Anda ditemukan melanggar klausul apapun dalam Kode Etik ini;
- g. Anda bersedia, nilai saldo Anda dalam dompet pengemudi untuk diambil kembali oleh Grab Indonesia, apabila Anda terbukti melakukan penyalahgunaan dan tindakan pidana, maupun di blacklist

/ diputuskan hubungan kemitraan, dikarenakan melanggar Kode Etik ini;

h. Dalam hal terkait pelanggaran kekerasan seksual yang dilakukan oleh Anda :

a. Anda setuju bahwa, dalam hal laporan telah dicabut dan/atau ditutup, Grab berhak, atas diskresi mutlaknya, membuka kembali investigasi terhadap laporan tersebut dan menjadikan laporan dan temuan-temuan yang ada, untuk melanjutkan investigasi lebih lanjut apabila :

i. laporan yang dicabut oleh pelapor tersebut dilakukan dengan alasan adanya intimidasi dan/atau ancaman dari terlapor, meskipun sudah ada pernyataan damai di antara pelapor dan terlapor;

ii. adanya dugaan upaya untuk mengakibatkan jatuhnya reputasi Grab yang dilakukan oleh terlapor dan/atau pelapor;

b. Anda bersedia bahwa apabila dan diperlukan untuk dilakukan konseling psikologis terhadap anda dan/atau pemulihan psikologis terhadap korban pelecehan seksual, biaya terkait konseling dan/atau pemulihan tersebut akan ditanggung oleh anda, yang dapat dibayarkan/ditarik dari dompet pengemudi Anda.

i. Anda menyatakan akan secara teratur meninjau dan selalu tunduk pada “Syarat dan Ketentuan Layanan” dan “Kode Etik” ini sebagaimana disebutkan di sini dan web resmi Grab Indonesia

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tersebut diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan *Grabfood* dalam Aplikasi Grab belum berjalan dengan baik dikarenakan kurangnya pengetahuan dan wawasan dari penyedia jasa layanan terutama perantara nya yakni *driver* PT. Grab Indonesia dan juga kurangnya wadah dalam penyaluran mau pun penyelesaian dari keluhan konsumen kepada si *driver*, yang mana hal ini kurang bijaksana dilihat penyelesaian hanya berdasarkan perspektif konsumen kepada Perusahaan penyedia jasa layanan yakni PT. Grab Indonesia dan bukan melalui mediasi dan pengawasan terlebih dahulu melalui musyawarah antara konsumen dan *driver*.
2. Kendala dalam Perlindungan Konsumen terhadap Layanan *Grabfood* dalam Aplikasi Grab berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yakni dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain : kurangnya evaluasi dan juga pembekalan ilmu kepada *driver* dalam melayani konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kurangnya kesadaran konsumen untuk meraih hak-haknya, belum adanya standarisasi dalam memberikan pelayanan kepada penikmat jasa yaitu konsumen.

## B. Saran

Selanjutnya saran yang dapat penulis sampaikan yaitu:

1. Kepada Perusahaan Ojek *Online*, Khususnya PT. Grab Indonesia, untuk memberikan pembinaan, pengawasan serta pelatihan terhadap memberikan pelayanan kepada konsumen, dengan adanya aturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak dari konsumen serta merta untuk memberikan batasan juga untuk diikuti sebagaimana yang tercantum, tak jarang dalam proses akad atau pun jual beli yang berlangsung terjadi prosedur yang tidak sesuai dengan keinginan dari konsumen sehingga menimbulkan kekecewaan konsumen. Sehingga masukan ini dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan ojek *online* dan meningkatkan mutu dan standar dari perusahaannya.
2. Kepada Pemerintah, *driver* sebaiknya menghargai kepuasan konsumen juga bagi konsumen lebih menghargai kinerja dari *driver*. Hukum perlindungan konsumen semestinya harus adil bagi konsumen juga bagi produsen tidak hanya membebani produsen dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak-haknya dengan melakukan usaha dengan jujur. Aparat pelaksana hukum juga diberikan fasilitas juga bekal dalam mewadahi terkait perlindungan konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- A.Z. Nasution, *Konsumen Dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi Dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995
- Abdul Halim Barkatulah, "*Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*", Nusa Media, Bandung, 2008
- Abdul Thalib, *Teori dan Filsafat Hukum Modern Dalam Perspektif*, UIR Press, Pekanbaru, 2005
- Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, 1993
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011
- Ahmadi Miru dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Press, 2011
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2005
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008
- Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta,, 2010
- Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum Pelaku Usaha E-COMMERCE*, Yayasan Taman Pustaka, 2017
- Erman Rajagukguk, dkk.*Hukum Perlindungan Konsumen*. CV.Mandar Maju, Bandung, 2000
- Hartono Soerjopratiknjo, *Aneka Perjanjian Jual beli*, Yogyakarta: Seksi Notariat, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 1982
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti : Bandung, 2014

- Mariam Darus Badruzaman, *Mancari Sistem Hukum Benda Nasional BPHN*, Alumni, Bandung, 2003
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Yokyakarta, 2010
- Meliala, Adrianus, *Praktik Bisnis Curang*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993
- Muhammad Nurul Huda, *Hukum Pidana Tindak Pidana Korupsi dan Pembaharuan Hukum Pidana*, UIR Press, 2012
- Niniek Suparni. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Grafika Sinar, Jakarta, 2009
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006
- Philips M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat diIndonesia*, PT.Bina Ilmu, Surabaya,1987
- Rahardjo Adisasmita, *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Robert B. Seidman, *the state law and development*. St. Mariu's Press Inc, New York, 1978
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pres, Jakarta, 2010
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI-Press, 1986
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Sosiologi Hukum*, Bharata, Jakarta, 1973
- Sovy Fajrianti, *Manfaat Transportasi Secara Ekonomi*, Dinas perhubungan Provinsi Jawa Barat, 2013
- Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1987
- Syafrinaldi, *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Riau*, Uir Press, Edisi III, 2017
- Zainuddin Ali, *Metode penelitian hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014.

## B. Peranturan Perundang-undangan

Undang – Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Atas Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

## C. Jurnal Hukum

Abdul Gani, *Peranan Ilmu Hukum dalam Pembangunan Indonesia*, kertas kerja (*paper*), Simposium Peranan Ilmu Hukum dalam Pembangunan Indonesia, Surabaya, 17 November 1984

Adery P. Winter, “*Perlindungan Hak-Hak Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Provider Telekomunikasi di Indonesia*” *Jurnal Ilmu Hukum*, Volume XXI Nomor 4, 2013

Agus Pribadiono, *Transportasi Online Vs Tranportasi Tradisional Non-Online*, Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online, *Jurnal Sosiologi*, 13(2)

Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Volume II No. 1 Januari - April 2015

Desy Ary Setyawati, *Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, *Syiah Kuala Law Journal* : Vol. 1, No.3 Desember 2017

Dimas Bagus Wicaksono, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Go-Jek (Layanan Transportasi Dengan Aplikasi Online) Dalam Perjanjian Aplikasi Go-Jek Berdasarkan Pasal 1320 KUHPERDATA*”, *Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya Malang, E-Journal, Justitia Jurnal Hukum*, Volume I Nomor 2, 2 Oktober 2017

Erman Raja gukguk, *Hukum Ekonomi Indonesia memperkuat Persatuan Nasional, mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperluas kesejahteraan sosial.*, Dalam seminar pembangunan hukum nasional VIII, Bali 14-18 Juli 2003, buku 3, Badan pembinaan hukum Nasional departemen kehakiman RI, Jakarta, 2004

Hendra Hatami, “*Perlindungan Konsumen Jasa Transportasai Online di Kota Banda Aceh (Ditiinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*



- Tentang Perlindungan Konsumen)*”, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Ranry Banda Aceh: Banda Aceh, 2020
- Hilman Rizky Hafidan, *Skripsi, Kontruksi Sosial Ojek Online Perempuan (Studi Tentang Ojek Online Perempuan di Kota Surabaya)*, 2019
- Miftahurrohmah, “*Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Evenement Pada Transportasi Online PT Grab Indonesia Cabang Surabaya*”, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Surabaya, 2018
- Mutia Rahma Wardani, Joko Priyono, Fifiana Wisnaeni, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik Melalui Instagram*”, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 13 Nomor 2, 2020
- Nurul Zakinah, *Skripsi, Efisiensi dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Driver Kota Makassar*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2019
- Sigit Haryono, *Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Bus Kota) di Kota Yogyakarta*. Jurnal Transportasi. Vol 7 No 1 Juli 2010.
- Larasty Indriany Septianingsih, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Anti Nyamuk Atas Iklan Anti Nyamuk Di Televisi*, Skripsi, Makassar, 2012
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L, *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition* . England: Pearson Education Limited, 2015
- Susi Batik, “*Pengaruh Harga dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018.
- Virgiawan, Randy Dimas, *Flash Sale pada E-Commerce dalam Konteks Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*. UIN Syarif Hidayatullah : Jakarta, 2020



#### D. Internet

<https://teknogress.com/apa-itu-aplikasi-grab/>, diakses pada tanggal 09 Januari 2021 pukul 13.09 wib

<https://www.grab.com/id/brand-story/>, diakses pada tanggal 09 Januari 2021, Pukul 13.13 wib

[Help.grab.com](https://help.grab.com), diakses pada tanggal 11 April 2021, Pukul 23.57 Wib

<http://dishub.jabarprov.go.id/artikel/view/>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 12.00 wib

<https://biz.kompas.com/read/2019/01/31/144154028/hidup-lebih-mudah-dan-praktis-dengan-layanan-grabfood>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 14.06 wib

<https://industri.kontan.co.id/news/grabfood-kuasai-layanan-pengiriman-makanan-di-wilayah-asia-tenggara>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 14.20 wib

<https://kumparan.com/kumparantech/saingi-go-food-grab-perluas-grabfood-ke-26-kota-di-indonesia>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 14.35 wib.

<https://www.tek.id/insight/bagaimana-layanan-gofood-dan-grabfood-mengubah-kebiasaanb1Xoz9fRT#:~:text=Sementara%20itu%2C%20Regional%20Head%20of,ribu%20merchant%20hingga%202019%20ini>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 14.44 wib.

<https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a555012c38/layanan-pesan-antar-go-food-dan-grabfood-ubah-perilaku-konsumen>, *article*, diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 14.51 wib

Jofie Yordan, Saingi Go-Food, Grab Perluas GrabFood ke 26 Kota di Indonesia, 2018, <https://kumparan.com/kumparantech/saingi-go-food-grab-perluas-grabfood-ke-26-kota-di-indonesia/full> (Diakses pada tanggal 25 April 2021, pukul 13.50).

Dommara Hadi S & Lalu Ahmad Hamdani, *Bagaimana Layanan Gofood dan Grabfood mengubah kebiasaan?*, 2019, <https://www.tek.id/insight/bagaimana-layanan-gofood-dan-grabfood-mengubah-kebiasaan-b1Xoz9fRT>, (diakses pada tanggal 15 April 2021, 14.05)