

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
MELALUI APLIKASI PADA FITUR GRABFOOD, GOFOOD, DAN
SHOPEEFOOD
(STUDI PERBANDINGAN IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN
KONSUMEN MENURUT HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)**



**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MAGISTER HUKUM**

OLEH:

**AZKIYA SALISA ALFAFA, S.H.
22203011093**

**DOSEN PEMBIMBING:
Dr. ABDUL MUGHITS, S.Ag., M.Ag.**

**MAGISTER ILMU SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

ABSTRAK

Internet turut berperan dalam dunia bisnis bagi masyarakat. Perjanjian yang dibuat sepihak oleh perusahaan dan berlaku untuk seluruh pihak yang akan melakukan transaksi pada perusahaan disebut dengan kontrak baku. Perjanjian dibuat tanpa negosiasi, isi perjanjian biasanya tidak adil bagi pihak yang lemah, yaitu konsumen. Sebab, konsumen hanya menerima kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan, karena banyaknya variasi merek yang berada di pasaran, cara penjualan beragam, tingkat daya beli konsumen meningkat, model produk cepat berubah yang menyebabkan beberapa konsumen ketinggalan model. Transaksi yang dilakukan secara *online* memudahkan pelaku usaha untuk memberikan informasi kepada konsumen dalam menawarkan barang atau jasanya. Konsumen hanya diberikan pilihan antara menerima ketentuan yang telah dibuat oleh perusahaan atau menolaknya. Apabila menolak, maka konsekuensinya adalah konsumen tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian ini, peneliti memaparkan mengenai perlindungan konsumen atas transaksi jual beli pada layanan Grabfood, Gofood, dan Shopeefood.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian riset kepustakaan (*library research*), dan bersifat deskriptif analitik. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dan sumber data dari penelitian ini diambil dari sumber data primer dan sekunder, pengumpulan data dengan melakukan studi pustaka dan studi dokumen. Hasil dari pengumpulan bahan penelitian dilakukan menggunakan analisis data yang bersifat deduktif sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan dari proses yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil dari penelitian, menunjukkan bahwa pada syarat dan ketentuan fitur Grabfood, dan Shopeefood terdapat pengalihan tanggung jawab, pihak Grabfood dan Shopeefood tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita penggunaannya. Gofood memberikan beberapa ketentuan yang harus dipatuhi serta memberikan kebijakan kepada konsumen cara untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul pada saat proses transaksi, demi mencegah disclaimer dari konsumen. UUPK Pasal 18 menyebutkan bahwa setiap dokumen/perjanjian mengenai klausula baku tidak diperbolehkan berisi pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Maka dari itu syarat dan ketentuan tersebut bertentangan dengan undang-undang yang berlaku. Dalam pandangan hukum Islam melarang pencantuman klausula baku karena dapat merugikan salah satu pihak dan menghilangkan hak khiar yang seharusnya dimiliki oleh konsumen. Pencantuman klausula baku dapat dibenarkan apabila terletak pada halaman yang mudah diketahui oleh pengguna dan mudah dimengerti, karena tidak semua konsumen memahami hukum. Dalam hal kenyamanan, keragaman menu, dan keamanan transaksi Gofood lebih unggul daripada Grabfood dan Shopeefood. Grabfood dan Shopeefood setara dalam kenyamanan transaksi, keberagaman menu Grabfood lebih unggul dari Shopeefood, dan keamanan Shopeefood lebih unggul dari Grabfood.

Kata Kunci: Bentuk Perlindungan Konsumen, Grabfood, Gofood, Shopeefood, Khiar

ABSTRACT

The internet plays a role in the business world for people. Agreements that are made unilaterally by the company and apply to all parties who will conduct transactions with the company are called standard contracts. The agreement is made without negotiation, the contents of the agreement are usually unfair to the weak party, namely the consumer. This is because consumers only accept the policies made by the company, because there are many variations of brands on the market, diverse sales methods, the level of consumer purchasing power increases, product models change quickly which causes some consumers to miss the model. Transactions carried out online make it easier for businesses to provide information to consumers in offering their goods or services. Consumers are only given the choice between accepting the conditions made by the company or rejecting them. If they refuse, the consequence is that consumers cannot fulfill their needs. In this research, the researcher describes consumer protection for buying and selling transactions in Grabfood, Gofood, and Shopeefood services.

The research method used in this research uses a qualitative method with the type of library research, and is descriptive analytic. The research approach used is a normative juridical approach and the data sources of this research are taken from primary and secondary data sources, data collection by conducting literature studies and document studies. The results of the collection of research materials are carried out using deductive data analysis so as to produce a conclusion from the process that has been carried out.

Based on the results of the research, it shows that in the terms and conditions of the Grabfood and Shopeefood features there is a transfer of responsibility, Grabfood and Shopeefood are not responsible for the losses suffered by their users. Gofood provides several provisions that must be obeyed and provides policies to consumers on how to resolve problems that arise during the transaction process, in order to prevent disclaimers from consumers. GCPL Article 18 states that every document/agreement regarding standard clauses is not allowed to contain a transfer of responsibility of the business actor. Therefore, these terms and conditions are contrary to the applicable law. In the view of Islamic law, it prohibits the inclusion of standard clauses because it can harm one party and eliminate the khiar rights that consumers should have. The inclusion of standard clauses can be justified if it is located on a page that is easily known by users and easy to understand, because not all consumers understand the law. In terms of convenience, menu diversity, and transaction security Gofood is superior to Grabfood and Shopeefood. Grabfood and Shopeefood are equal in transaction convenience, Grabfood's menu diversity is superior to Shopeefood, and Shopeefood's security is superior to Grabfood.

Keywords: Forms of Consumer Protection, Grabfood, Gofood, Shopeefood, Khiar



SURAT PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudari Azkiya Salisa Alfafa, S.H.

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa tesis saudari:

Nama : Azkiya Salisa Alfafa, S.H.

NIM : 22203011093

Judul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Aplikasi Pada Fitur Grabfood, Gofood, Dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam)”

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Syariah dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini saya mengharap agar tesis atau tugas akhir saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Mei 2024
Pembimbing,


Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197609202005011002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-488/U.n.02/DS/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI APLIKASI PADA FITUR GRABFOOD, GO FOOD, DAN SHOPEEFOOD (STUDI PERBANDINGAN IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AZKIYA SALISA ALFAFA, S.H.
Nomor Induk Mahasiswa : 22203011093
Telah diujikan pada : Kamis, 30 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 665896aa8c786



Penguji II

Dr. H. Syafa'ul Mudawam, M.A., M.M.
SIGNED

Valid ID: 665e4614ea851



Penguji III

Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 665edfca16377



Yogyakarta, 30 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 665fbb8df1645

Surat Pernyataan Keaslian dan Bebas Plagiarisme

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azkiya Salisa Alfafa, S.H.

NIM : 22203011093

Prodi : Ilmu Syariah

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Azkiya Salisa Alfafa, S.H.

NIM. 22203011093

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ

“Wahai manusia! Sungguh, janji Allah itu benar, maka janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan janganlah (setan) yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah.” (Q.S. Fatir: 5)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbi ‘alamin, puji dan syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya dengan perjuangan dan rasa bangga saya mempersembahkan untuk mereka yang selalu mendukung saya untuk terus mencoba hingga berhasil menyelesaikan deretan tulisan yang penuh dengan perjuangan kepada

Kedua orang tua tercinta, Bapak Ahmad Zaki Mubarok yang dengan sabar, ikhlas, dan rasa kasih sayang yang selalu mendoakan serta memberi dukungan dan semangat untuk keberhasilan saya dalam menyelesaikan tesis ini. Dan ibu Faridjatun yang juga dengan sabar, ikhlas serta memberi rasa kasih sayang, dukungan dan semangat tak lupa doa-doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan saya dalam penyusunan skripsi ini. Kedua adik saya Muhammad Aflah Dhiaulhaq dan Naila Simthya Intani yang selalu memberi semangat dan support serta doa yang dipanjatkan dan berharap agar kakaknya segera menyelesaikan tesis dengan lancar. Serta seluruh keluarga saya tanpa terkecuali, yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungan, dan doa-doa yang telah dipanjatkan.

Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini, Rizaldi Abdillah, Retno Widya Ningrum, Dewi Agustina S, Wahda Muzayyana, Tafrikhatul Khakiki, dan kepada teman-teman seperjuangan khususnya konsentrasi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2022, terimakasih telah kebersamaan untuk menciptakan rasa kekeluargaan diantara kita selama masa perkuliahan.

Almamater tercinta Pasca Sarjana Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam kata-kata latin yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1997 dan 0543b/U/1987, tanggal 10 Januari 1987.

I. Konsonan Tunggal

Arab	Huruf	Latin	Keterangan
ا	Alīf	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	be
ت	Tā'	T	te
ث	Šā'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	je
ح	Hā'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	de
ذ	Žāl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sīn	S	es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Šād	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fā'	F	ef
ق	Qāf	Q	qi

ك	Kāf	K	ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nūn	N	‘en
و	Waw	W	we
ه	Hā’	H	ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Yā’	Y	ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *Syaddah* ditulis rangkap, contoh:

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	ditulis	‘illah

III. *Tā’ Marbūṭah* di akhir kata

a. Bila dimatikan maka ditulis dengan *h*

المائدة	ditulis	<i>al-Mā’idah</i>
إسلامية	ditulis	<i>Islāmiyyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki lafal lain).

b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan *h*.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā’</i>
--------------------------	---------	---------------------------

c. Bila *tā’ marbūṭah* hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t* atau *h*.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>Zakāh al-fitri</i>
-------------------	---------	-----------------------

IV. Vokal Pendek

فَعَلَ	ditulis	a <i>Fa'ala</i>
ذُكِرَ	ditulis	i <i>Žukira</i>
يَذْهَبُ	ditulis	u <i>Yazhabu</i>

V. Vokal Panjang

1	Fathah+ alif فَلَا	ditulis ditulis	ā <i>Falā</i>
2	Fathah + ya' mati تَنْسَ	ditulis ditulis	ā <i>Tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati تَقْصِيلَ	ditulis ditulis	ī <i>Tafṣīl</i>
4	Dammah + wawu mati أُصُولَ	ditulis ditulis	ū <i>Uṣāl</i>

VI. Vokal Rangkap

1	Fathah+ ya' mati الرُّحَيْلَى	ditulis ditulis	ai <i>az-Zuhailî</i>
2	Fathah+ wawu mati الدَّوْلَةَ	ditulis ditulis	au <i>ad-Daulah</i>

VII. Kata Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	ditulis	<i>a'iddat</i>
لَيْنِ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis dengan menggunakan huruf "P"

الْقُرْآنَ	ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَّاسَ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf *I* (el) nya.

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapan

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>Żawî al-furûḍ</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar penyusunan tesis ini dengan judul **“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, Dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam)”**

Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad saw. yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga zaman terang seperti sekarang. Semoga kita mendapatkan pertolongan di hari kiamat nanti dan dapat berkumpul dengan golongan orang-orang sholih di akhirat kelak amin.

Dengan tersusunnya tesis ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik dalam perkembangan kajian hukum, baik hukum positif maupun hukum islam dalam konteks kontrak baku pada perusahaan. Semoga penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan serta bahan evaluasi bagi pemerintah dalam mengeluarkan peraturan baru.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis mengucapkan terimakasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Makhrus, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya serta sebagai dosen pembimbing saya yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, koreksi, serta dukungan

dan motivasi. Semoga Allah Swt mempermudah setiap perjuangan beliau dan melimpahkan kehidupan beliau sekeluarga dengan keberkahan.

4. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh civitas akademika Program Magister Hukum Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagai interaksi penulis selama menjalani studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Terimakasih dan maaf yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Bapak Ahmad Zaki Mubarak dan Ibu Faridjatun yang selalu mendoakan penulis, serta kepada kedua adik tercinta Muhammad Aflah Dhiyaulhaq, Naila Simthya Intani dan keluarga besar penulis.
6. Teman-teman yang sudah merelakan waktunya untuk penulis ajak berdiskusi dalam proses penyusunan tesis ini. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam penyusunan penulisan tesis ini.

Semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari apa yang sudah mereka berikan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi bahasa maupun isinya, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat membawa manfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Yogyakarta, 20 Mei 2024 M.
11 Dzulqa'dah 1445 H.

Hormat Saya,



Azkiya Salisa Alfafa, S.H.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Telaah Pustaka	10
E. Kerangka Teori	12
1. Perlindungan Konsumen	12
2. Grab.....	14
3. Gojek.....	15
4. Shopee	15
5. Akad <i>Damān Fī ‘Aqd al-Bai’</i>	15
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Sifat Penelitian	17
3. Pendekatan Penelitian	17
4. Sumber Data.....	18
5. Teknik Pengumpulan Data.....	19
6. Teknik Analisa Data.....	20
G. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II TEORI JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN	
A. Jual Beli Dalam Islam.....	23
B. Jual Beli Online.....	37
C. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif.....	41
D. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam	51
BAB III.....	56
GAMBARAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI APLIKASI PADA FITUR GRABFOOD, GOFOOD, DAN SHOPEEFOOD	56
A. Grab.....	56
1. Sejarah Berdirinya Grab.....	56
2. Strategi Pemasaran Grab	58

3. Mekanisme Fitur Grabfood	60
4. Bentuk Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli pada Fitur Grabfood	61
B. Gojek.....	77
1. Sejarah Berdirinya Gojek	77
2. Mekanisme Fitur Gofood	79
3. Bentuk Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli pada Fitur Gofood.....	80
C. Shopee.....	93
1. Sejarah Berdirinya Shopee	93
2. Mekanisme Fitur Shopeeefood	95
3. Bentuk Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli pada Fitur Shopeeefood.....	97
BAB IV PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI APLIKASI PADA FITUR GRABFOOD, GOFOOD, DAN SHOPEEFOOD	
A. Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeeefood Menurut Hukum Positif.....	112
1. Grabfood	117
2. Gofood.....	120
3. Shopeeefood.....	121
B. Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, Dan Shopeeefood Menurut Hukum Islam.....	128
C. Analisis Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli yang Ideal Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam.....	137
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	144
B. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bidang teknologi berkembang pesat di beberapa Negara, termasuk di Indonesia yang ditandai dengan perilaku masyarakat, dapat dilihat dari penggunaan internet yang semakin meningkat. Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 50% dari total keseluruhan.¹ Oleh karena itu, aktivitas masyarakat modern biasanya lebih intens dan bergantung pada teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka, misalnya membeli makanan, memesan transportasi, membeli barang, bisnis, dsb.

Perkembangan industri barang dan jasa di Indonesia berjalan dengan sangat cepat hingga dapat dikatakan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi, perkembangan tersebut juga diikuti oleh pola konsumsi masyarakat yang cenderung konsumtif. Dengan adanya teknologi juga mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan secara mudah dan cepat. Saat ini, beragam penyedia barang dan jasa semakin kreatif dalam menjajakan barangnya agar dapat diketahui oleh para konsumen, yakni melalui aplikasi yang ada pada *smartphone*.

Aplikasi yang menawarkan transaksi perdagangan dapat memberikan kemudahan bagi para konsumennya dalam memilih barang yang akan dibelinya, begitu juga dengan pembayarannya, tidak hanya melalui tunai saja, tetapi pembayaran yang dilakukan konsumen bisa dilakukan dengan non tunai. Dengan

¹ M. Aulia Rachman dan Annisa Nur Salam, "The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems," *International Journal of Zakat*, Vol. 3:1 (2018), hlm.

adanya hal tersebut semakin memudahkan bagi para konsumen untuk melakukan transaksi secara mudah dan cepat.

Para konsumen di Indonesia semakin dimudahkan dengan adanya aplikasi yang berkembang dengan pesat pula dengan memberikan banyak fitur didalamnya. Diantaranya aplikasi Grab dan Gojek, yang semula dikenal dengan aplikasi yang menyediakan layanan transportasi *online* saja bagi masyarakat, namun saat ini Grab dan Gojek telah memperbanyak fitur layanannya, salah satunya adalah Grabfood dan Gofood, yakni fitur yang menyediakan layanan pesan antar makanan saji yang berada di wilayah sekitar tempat tinggal konsumen. Adapun aplikasi yang juga menyediakan layanan makanan saji yaitu aplikasi Shopee, awal mulanya Shopee merupakan aplikasi untuk berbelanja barang-barang secara *online*. Ketiga aplikasi tersebut mempunyai kesamaan dalam salah satu fiturnya yaitu pesan antar makanan saji atau biasa disebut dengan Grabfood, Gofood, dan Shopeefood. Ketiganya merupakan fitur yang dapat digunakan para konsumen untuk memesan makanan saji di sekitar wilayah tempat tinggal konsumen secara praktis, konsumen hanya memesan makanan yang diinginkan melalui ponsel dan menunggu pesanan diantar oleh *driver*.

Driver menerima dan menanggapi permintaan pelanggan, kemudian pada ketiga aplikasi tersebut telah memberikan fitur berupa pemberitahuan kepada pelanggan mengenai informasi pribadi pengemudi, termasuk nama, nomor telepon *driver*, foto, nomor polisi kendaraan pengemudi, serta rincian biaya pemesanan makanan dan pengiriman. Dalam aplikasi tersebut juga dapat memantau perkembangan pesanan makanan, mulai dari ketika dibuatkan oleh penjual hingga

sampai pada tangan *driver*, selain itu konsumen juga dapat memantau estimasi waktu sampainya makanan ke tempat yang dituju. Aplikasi Gofood menjadi layanan pesan antar makanan nomor satu di Indonesia, kemudian diikuti oleh Shopeefood dan Grabfood. Berdasarkan *brand awareness* presentase konsumen Gofood 50 %, Shopeefood 28%, Grabfood 22%.²

Bisnis perdagangan merupakan kegiatan yang digemari masyarakat, saat ini bisnis perdagangan dapat dilakukan secara *online* dan disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)* yaitu perdagangan barang, jasa, dan informasi secara elektronik melalui penggunaan computer dan jaringan yang dikenal sebagai internet.³ Rasa saling percaya mendasari transaksi *online*, perjanjian jual beli diselesaikan secara virtual tanpa tatap muka dan komunikasi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan melalui email, kolom *chat*, atau lainnya. Tidak seperti jual beli yang dilakukan secara tatap muka, tidak ada berkas fisik perjanjian, namun dapat dilihat pada riwayat pembelian.

Kontrak baku merupakan sebuah perjanjian yang dibuat sepihak oleh perusahaan dan berlaku untuk semua pihak yang ingin bertransaksi. Dalam pembuatan perjanjian, tidak ada negosiasi yang terlibat, dan biasanya persyaratannya memperlakukan pihak yang lebih lemah atau pelanggan. Pelanggan hanya menyetujui kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan dan hanya memiliki pilihan untuk menolak atau menerima persyaratan dari

² Shinta Rifianing Prasetya dkk, "Pemanfaatan *Online Food Delivery* (Shopeefood dan Gofood) dalam Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM di Gunung Anyar Tambak," *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, Vol. 1:3 (2023), hlm. 25.

³ Abdul Ghofur dan Ahmad Munif, "Problematika Perdagangan *Online*: Telaah Terhadap Aspek *Khiyar* Dalam *E-Commerce*," *Jurnal Al-Manāhij*, Vol. 10:2 (2016), hlm. 300.

Perusahaan, apabila menolak maka pelanggan tidak akan mendapatkan apa yang mereka butuhkan.⁴

Konsumen dapat dikatakan sebagai pihak yang lemah karena beberapa alasan diantaranya karena banyaknya variasi merk yang berada di pasaran, cara penjualan dengan berbagai cara, tingkat daya beli meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk yang pesat, model-model produk lebih cepat berubah yang menyebabkan beberapa konsumen ketinggalan model, transaksi yang dilakukan secara *online* semakin memudahkan pedagang untuk memaparkan informasi pada pelanggan, iklan yang tidak memaparkan informasi lengkap, serta wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha.⁵

Investasi asing kini telah menjadi komponen pertumbuhan ekonomi Indonesia dan saling berhubungan dengan ekonomi global. Perlindungan konsumen tidak hanya mencakup perlindungan di bawah standar, tetap juga terhadap produk yang menimbulkan resiko bagi kehidupan individu. Semua prinsip perlindungan konsumen yang tercantum dalam UUPK memiliki sanksi pidana. Memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan adalah tujuan dari perlindungan konsumen, ada dua jenis perlindungan konsumen yakni perlindungan terhadap kondisi yang tidak adil dan perlindungan terhadap kemungkinan barang yang dipasok ke pelanggan tidak sesuai dengan ketentuan

⁴ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, cet. ke-4 (Jakarta: Kencana Group, 2014), hlm. 2.

⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, cet. ke-2 (Bandung: Nusa Media, 2019), hlm. 9.

perjanjian.⁶ Kedua hal tersebut sangat mungkin terjadi dalam pelaksanaan perdagangan *online*, sebab pelanggan tidak dapat melihat secara langsung produk yang ingin dibeli.

Secara konseptual hukum positif dan hukum Islam berbeda. Hukum positif Indonesia merupakan warisan dari barat (Belanda). Hukum positif dibuat oleh manusia melalui lembaga-lembaga yang telah diakui, dan jika dikodifikasikan, hukum tersebut diterima sebagai sesuatu yang benar dalam masyarakat. Hanya interaksi antara orang dengan orang lain atau antara orang dengan badan hukum lain yang diatur hukum positif. Sedangkan sumber hukum Islam adalah hukum Tuhan. Allah Swt. Menciptakan hukum Islam yang kemudian ditafsirkan oleh orang-orang yang memenuhi kualifikasi tertentu. Hukum Islam mengatur lebih luas yakni antara hubungan manusia dengan Allah Swt., hubungan manusia dengan manusia, dan hubungan manusia dengan alam sekitar.⁷

Hukum Islam menyamakan mekanisme transaksi *online* dengan akad salam dan *istṣnā'*, jika mengikuti aturan yang sama dengan kedua akad tersebut. Transaksi pada *marketplace* terdapat akad salam, setiap akad yang berakhir dengan salam sebenarnya memiliki unsur garar (unsur spekulatif). Namun adanya khیار setelah menerima barang dapat mengurangi unsur spekulatif ini. Terbitnya rasa suka sama suka antara penjual dan pembeli merupakan tujuan utama dari jual beli, dan hal ini dapat dicapai dengan adanya khیار.

⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 22.

⁷ Ira Sandika dan Denni Iwan Permata Saragih, "Analisis Perbandingan Sistem Hukum Islam dan Sistem Hukum Positif," *JRP: Jurnal Relasi Publik*, Vol. 2, No. 1 (2024), hlm. 91.

Akad salam banyak ditemukan pada transaksi *marketplace*. Adanya garar menandakan adanya kerugian. Setiap ada kerugian berarti harus ada pembayaran ganti rugi. Kerugian yang terjadi pada transaksi di *marketplace* ini, menuntut pihak *marketplace* untuk melakukan pertanggungjawaban atau ganti rugi terhadap kelalaian atau kesengajaan yang telah dilakukan akibat akad jual beli yang melewati jasanya. Terdapat dua hal yang menuntut tanggung jawab *marketplace* dalam situs belanjanya, yaitu :

1. Berkaitan dengan penyerahan barang (*damān taslīm al-mabi'*)

Menurut mazhab Syafi'i ketika suatu barang mengandung unsur penerimaan, maka barang tersebut telah disampaikan dengan batasan dan mensyaratkan bahwa transaksi perdagangannya barang dan/atau jasa dapat diserahkan, maksudnya barang tersebut harus ada wujudnya dan bisa dihitung atau bisa diukur.⁸

2. Tanggung jawab yang berkaitan dengan keselamatan

Dalam fikih, maksud dari keselamatan barang yang dipesan ini adalah kondisi barang yang bebas dari cacat dan bebas dari unsur garar, yang mana hal tersebut harus lebih diperhatikan oleh pihak *marketplace*.

Dalam hal ini, undang-undang tentu diperlukan untuk melindungi konsumen dalam bertransaksi, karena apabila tidak ada peraturan yang mengatur akan terdapat banyak perkara kerugian yang disebabkan dari sebuah transaksi, misalnya pada proses transaksi hingga pesanan sampai untuk konsumen harus sesuai

⁸ Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, "Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i," *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Vol. 20:2 (2018), hlm. 9.

dengan prosedur yang telah ditentukan, namun bisa saja terdapat potensi bahwa barang yang diberikan kepada pelanggan berbeda dengan kesepakatan, serta perlindungan terhadap pemberlakuan persyaratan yang tidak adil kepada pelanggan, karena dalam pelaksanaannya pada aplikasi Grab, Gojek dan Shopee syarat dan ketentuan telah dibuat secara sepihak.

Pesanan yang kurang sesuai dengan permintaan konsumen akan menyebabkan tidak terpenuhinya tingkat kepuasan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur peraturan perlindungan konsumen di Indonesia, mengenai bagaimana peran konsumen dalam bertransaksi, begitupun dengan pelaku usaha juga dijelaskan dalam UU tersebut.

Dengan adanya permasalahan tersebut diatas, perlu dilakukan penelitian dan menganalisis bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam). Penelitian ini perlu dilakukan agar membuat lebih mudah dipahami, mengingat teknologi yang berkembang dengan cepat dan canggih. Dengan harapan dilakukannya penelitian ini, dapat memberikan manfaat bagi praktisi hukum, pelanggan *e-commerce*, dan *marketplace* sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, berikut rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood?
2. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood apabila ditinjau dari studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam?
3. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli dengan media *marketplace* yang ideal menurut hukum positif dan hukum Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam). Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memaparkan bentuk perlindungan konsumen pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood.
2. Menganalisis prinsip perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood sesuai dengan norma yuridis hukum positif dan hukum perlindungan konsumen (*Himayah al-Mustahlaq fi Fiqh al-Islami*)

3. Memaparkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood yang ideal menurut hukum positif dan hukum Islam.

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dengan segala permasalahan yang tersebut diatas, maka diharapkan pembaca dapat memperoleh pemahaman mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

Secara teoritis, penulis menggunakan temuan-temuan studi dan perdebatan untuk memajukan ilmu pengetahuan, dan diharapkan atas hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan terutama dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

2. Secara Praktis

Selain kegunaan teoritis, penelitian ini juga memberikan kegunaan praktis, pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada penulis yakni menambah wawasan dan pemahaman baru mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran penulis, penelitian khusus dan spesifik yang memaparkan mengenai Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam) ini belum ditemukan. Guna menghindari adanya pengulangan atau duplikasi penelitian pada suatu tema dengan focus kajian yang sama, maka keaslian dalam penelitian ini perlu ditegaskan. Adapun beberapa penelitian terkait yang menjadi perbandingan peneliti dengan penelitian-penelitian sebelumnya, antara lain:

Penelitian mengenai tanggung jawab *online marketplace provider* terhadap kerugian konsumen melalui pendekatan yang berbeda, diteliti oleh Indri Winarsih dan Firya Oktaviarni menggunakan pendekatan yuridis empiris,⁹ I Putu Erick Sanjaya Putra, dkk. menggunakan pendekatan perundang-undangan,¹⁰ Desy Ary Setyawati, dkk. menggunakan pendekatan perundang-undangan, pendekatan fakta, dan pendekatan analisa konsep hukum,¹¹ Moch. Arief, dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif,¹² Rasji dan Alex Oktavian,

⁹ Indri Winarsih dan Firya Oktaviarni, "Tanggung Jawab Penyedia Layanan Aplikasi Marketplace dalam Transaksi Jual Beli Online di Provinsi Jambi," *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, Vol. 2:2 (2021).

¹⁰ I Putu Erick Sanjaya Putra, dkk, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce," *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 1:2 (2019).

¹¹ Desy Ary Setyawati, dkk., "Perlindungan bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik," *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1:3 (2017).

¹² Moch. Arief, "Analisis Komparatif Strategi Keunggulan Gojek dan Grab dalam Meningkatkan Pasar di Kabupaten Jember", *Tesis Pascasarjana UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, (2023).

menggunakan metode penelitian terbuka normative.¹³ Dini Widyasari dan Hardian Iskandar, menggunakan metode penelitian normatif dengan sumber data sekunder sebagai bahan hukum yang berupa bahan hukum primer.¹⁴

Penelitian mengenai peminatan pembeli untuk memesan *food delivery* melalui aplikasi yang diteliti menggunakan metode penelitian berbeda diantaranya, oleh Agus Dwi Christianto, dan Muhadi H ariyanto, metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan AHP yakni strategi studi untuk mengambil keputusan yang melibatkan perbandingan pada setiap kriteria pilihan,¹⁵ Nur Cholis Rina Irawan Sagala Maradat, Dinalestari Purbawati, dan Sari Listyorini, penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research* dengan jumlah sampel 100 responden dengan teknik sampling *nonprobability*.¹⁶ Fajriyah Salsabila Halim, Rafika Rahmawati, dan Siti Mardiah, menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif.¹⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah penulis telusuri hanya membahas mengenai bagaimana pelayanan penjual kepada pembeli melalui

¹³ Rasji dan Alex Oktavian, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Layanan Grabfood Berdasarkan Pasal 4 ayat 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 7:2 (2023).

¹⁴ Dini Widyasari dan Hardian Iskandar, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Shopeefood ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Unes Law Review*, Vol. 6:1 (2023).

¹⁵ Agus Dwi Christianto, & Muhadi Hariyanto, "Analisa Pemilihan Aplikasi Pesan antar Makanan (*Food Delivery*) dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*," *Jurnal Jurtie: Jurnal Teknik Informatika dan Elektro*, Vol. 4:2 (2022).

¹⁶ Nur Cholis Rina Irawan Sagala Maradat, dkk., "Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12:1 (2023).

¹⁷ Fajriyah Salsabila Halim, dkk., "Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood dan Shopeefood," *Devosi: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3:2 (2022).

metode penelitian dan objek yang berbeda, adapun yang membahas tentang perlindungan konsumen namun satu objek dan berlandaskan hukum positif saja, sedangkan yang akan diteliti oleh penulis adalah mengenai Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam), maka dapat disimpulkan bahwa materi yang akan diteliti penulis belum ada yang membahas, sehingga perlu dilakukannya penelitian, agar lebih jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

E. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Dalam melaksanakan transaksi *online* pelaku usaha membuat dan menetapkan perjanjian sebagai undang-undang serta sah bagi para pembuatnya melalui media elektronik.¹⁸ Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, memiliki beberapa tujuan, diantaranya

- a. Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan public;
- d. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan

¹⁸ KUHPerdata Pasal 1338.

pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggungjawab; dan

- e. Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.¹⁹

Suatu kontrak dinyatakan sah setelah adanya kesepakatan, kemudian hak dan kewajiban akan terwujud. Jika kontrak elektronik memenuhi syarat-syarat perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak yang sudah cukup umur, memiliki tujuan yang disepakati bersama, dan mematuhi hukum yang berlaku.²⁰ Perjanjian ini, dapat dibatalkan dan/atau dinyatakan batal jika hal-hal ini tidak terpenuhi.

Hubungan kontraktual dalam perdagangan mengakibatkan pelaku usaha harus bertanggung jawab jika terjadi wanprestasi, dengan adanya hal tersebut, maka pelaku usaha wajib melindungi konsumen. KUHPerdata telah mengatur penjelasan mengenai persyaratan pencantuman klausula baku dan menjelaskan terkait larangan dalam klausula baku. Pada dasarnya, larangan tersebut dimaksudkan untuk menyamakan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen dengan menetapkan asas kebebasan berkontrak.²¹

UUPK memberikan ketegasan bagi pelaku usaha untuk bertanggung jawab ketika konsumen merasa dirugikan. Salah satu aspek dari kewajiban ini adalah memberikan ganti rugi kepada konsumen atas bahaya, pencemaran,

¹⁹ UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 4.

²⁰ KUHPerdata Pasal 1320.

²¹ Pasal 18 ayat 1.

dan/atau kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa perawatan kesehatan, pemberian yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan, atau penggantian barang dan/atau jasa yang setara nilainya.²²

Hukum positif dan hukum Islam memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi dari penjual terkait barang dan/jasa yang ditawarkan untuk meminimalisir adanya kecurangan yang dapat mempengaruhi akad, hal-hal tersebut mengharuskan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli secara umum. Dalam hukum Islam terdapat perbedaan antara ketidakjelasan yang meliputi jenis, bentuk atau jumlah barang yang dijual, tetapi undang-undang tidak memberikan perbedaan antara ketiganya.²³

2. Grab

Grab merupakan aplikasi yang awalnya terkenal dengan pelayanan transportasi secara *online* saja, namun saat ini Grab telah berkembang dengan memperbanyak fiturnya mulai dari pesan antar makanan, pengiriman barang berupa paket dokumen, pesan antar kebutuhan pokok, asuransi, pemesanan hotel, dan lain sebagainya. Pada pembahasan ini penulis akan fokus pada layanan pesan antar makanan saji pada aplikasi Grab yang biasa disebut dengan Grabfood. Fitur layanan Grabfood pada aplikasi Grab memudahkan

²² Pasal 19 ayat 1 dan 2.

²³ Šālih Ahmed al-‘Ali, “Ḥuqūq al-Mustahlik fi al-fiqh al-islāmiy wa al-Qānūn: Darāsah Muqāranah,” *Jurnal Jāmi’ah asy-Syāriqah lil’ulūm asy-Syar’iyyah wa ad-Darāsāt al-Islāmiyah*, Vol. 17 No. 2 (Desember 2020), hlm. 39.

bagi konsumen untuk memesan makanan saji secara praktis, yaitu konsumen hanya menunggu di tempat tinggal konsumen, yang kemudian *driver* akan mengantar makanan sesuai dengan alamat yang diarahkan oleh konsumen.

3. Gojek

Aplikasi Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim yang terinspirasi dari pengalaman Nadiem yang hampir setiap hari menjadi pelanggan ojek saat akan pergi bekerja. Pada awal berdiri, Gojek merupakan aplikasi layanan transportasi dengan 20 orang pengemudi, kemudian seiring dengan perkembangan zaman saat ini aplikasi Gojek mulai berkembang dengan memperbanyak fiturnya diantaranya Gobox, Gosend, Gotix, Gomart, Gofood dan lain sebagainya. Dalam pembahasan ini, penulis akan lebih fokus pada fitur Gofood pada aplikasi Gojek.

4. Shopee

Shopee terkenal dengan sistem pemesanan dan pengirimannya yang sederhana. Shopee menyediakan layanan yang bermacam-macam, sehingga memungkinkan bagi pengguna untuk memperdagangkan berbagai macam komoditas satu sama lain. Berbagai pilihan barang dan/jasa ditawarkan mulai dari kebutuhan primer, tersier hingga sekunder. Saat ini aplikasi Shopee telah berkembang dengan menambah fitur layanan pesan antar makanan atau yang biasa dikenal dengan Shopeefood.

5. Akad *Ḍamān Fī 'Aqd al-Bai'*

Transaksi yang dilakukan melalui sebuah aplikasi, terdapat unsur akad salam, Salam secara etimologis berarti segera, berarti pembayaran harus

dilakukan segera di majlis akad. Menurut terminologi salam adalah transaksi yang diselesaikan pada suatu barang yang ditentukan dalam jumlah yang dibayarkan secara tunai di lokasi transaksi.²⁴

Akad salam menyimpan unsur garar (unsur spekulatif), namun hal tersebut dapat direduksi dengan adanya khiar. Khiar merupakan pilihan untuk meneruskan atau membatalkan transaksi. Hukum Islam menetapkan khiar bagi orang-orang yang melakukan transaksi (muamalah) guna menghindari sebuah kecurangan, sehingga kemaslahatan yang ingin dicapai dapat terwujud dengan baik.²⁵ Setiap transaksi yang melibatkan garar menandakan adanya kerugian, dan kerugian harus diganti. Hal tersebut berarti bahwa *marketplace* berkewajiban bertanggung jawab atau membayar kerugian atas tindakan yang diakibatkan oleh akad jual beli yang melewati jasanya (*damān fi 'aqd al-bai'*).

F. Metode Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan oleh penulis menggunakan metode analisis kualitatif, yang bertujuan agar penelitian menjadi terarah dan mendapatkan kebenaran yang objektif sebagai sumber rujukan, dengan metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan, yang merupakan teknik untuk mengumpulkan informasi dengan memahami dan menelaah

²⁴ Miftahul Khairi, *Ensiklopedia Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab*, cet. ke-1 (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), hlm. 137.

²⁵ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 78.

teori-teori dari berbagai karya literatur. Penelitian pustaka dapat pula diartikan sebagai penelitian dengan mengumpulkan data menggunakan sumber daya perpustakaan.²⁶

Hasil penelitian ini menyajikan mengenai peraturan-peraturan yang terkait dengan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik yaitu menggambarkan dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan sebelum menganalisisnya lebih lanjut untuk menarik kesimpulan yang dapat diungkapkan secara jelas.²⁷ Setelah penelitian ini dilakukan diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan yuridis normative, yaitu hukum dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu

²⁶ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004) hlm. 21.

²⁷ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 356.

yang dikodifikasikan dalam undang-undang atau sebagai standar yang berfungsi sebagai panduan berperilaku manusia.²⁸

Pendekatan ini akan dilakukan untuk meneliti dan mengkaji mengenai bagaimana Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

4. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber asli, dan hasilnya akan digunakan untuk memecahkan persoalan.²⁹ Sumber primer berasal dari syarat dan ketentuan yang tertera di aplikasi grab, gojek dan shopee pada fitur layanan Grabfood, Gofood, dan Shopeefood serta Alqur'an, hadis, fikih, serta perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan bahan penjelasan dari hukum primer, antara lain:

- 1) Hasil penelitian terdahulu, baik berupa jurnal, disertasi, tesis dan hasil penelitian lainnya yang berhubungan dengan Perlindungan

²⁸ Muslim Abdurrahman, *Sosiologi dan Metode Penelitian Hukum* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2009), hlm. 94.

²⁹ Anak Agung Putu Agung, dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (Bali: CV. Noah Aletheia, 2019), hlm. 63.

Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

- 2) Buku-buku, makalah atau karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

5. Teknik Pengumpulan Data

Melakukan studi dokumen dan literatur adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Kegiatan yang dilakukan antara lain dengan metode penemuan data literature preskriptif yang berhubungan dengan Grab, Gojek dan Shopee di halaman syarat dan ketentuan yang tertera dan apabila masih diperlukan data maka peneliti bisa menghubungi pihak grab, gojek dan shopee melalui *g-mail*, UUPK No 8 Tahun 1999 serta prinsip-prinsip hukum positif dan hukum Islam, serta sumber-sumber dari buku, jurnal, hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya, untuk membantu melengkapi penyelesaian dan analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi pada Fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (Studi Perbandingan Implementasi Perlindungan Konsumen menurut Hukum Positif dan Hukum Islam).

6. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan bersifat deduktif, yakni menganalisis dari fakta-fakta terkait yang telah dikumpulkan dari umum hingga khusus. Dengan permasalahan menganalisis syarat dan ketentuan yang ada pada layanan Grabfood, Gofood, dan Shopeefood dengan teori yang ada. Kemudian permasalahan yang ada dikaji berdasarkan hukum positif dan hukum Islam untuk menarik sebuah kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Peneliti menggunakan kesimpulan tersebut sebagai panduan dalam menyelesaikan permasalahan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk menyajikan gambaran penulisan yang terfokus, penelitian ini dilakukan secara sistematis, dengan setiap bab yang mencerminkan satu-kesatuan utuh, yakni sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan sebagai uraian logis yang bersifat sementara menyangkut hubungan antara urutan suatu bab permasalahan dengan bab lainnya antara sub-sub pembahasan dengan sub-sub lainnya.

Bab kedua merupakan pengembangan dari kerangka teoritik yang memuat penjelasan lebih lanjut dari kerangka teoritik yang dipakai untuk menganalisis masalah penelitian ini, yaitu terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood, meliputi pengertian, rukun dan syarat, asas-asas, klasifikasi dan berakhirnya perjanjian

dalam hukum Islam kontemporer dan hukum positif. Dengan adanya teori-teori tersebut diatas dapat dijadikan pisau analisis terhadap objek yang akan diteliti.

Bab ketiga membahas mengenai gambaran umum tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood, meliputi pengumpulan data dan pernyataan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood.

Bab keempat merupakan analisa yang disusun berdasarkan kerangka teori yang dipakai terhadap data hasil penelitian terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

Bab kelima adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian, serta saran-saran yang perlu dikemukakan dalam penelitian perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Bentuk perlindungan konsumen pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood.

- a. Grabfood

Pada bagian konsumen pihak Grab menyatakan bahwa tidak akan bertanggungjawab apabila terdapat pengaturan lain yang terpisah antara konsumen, pedagang dan *driver*. Selain itu, Grab bertanggung jawab dan menerima risiko yang terkait dengan penggunaan layanannya, termasuk pesanan makanan dan minuman yang rusak atau berpotensi menyebabkan alergi, keracunan, atau masalah lainnya. Pelanggan memiliki pilihan untuk meminta pertanggungjawaban dari mitra pengemudi atau restoran apabila terdapat ketidaksesuaian, kesalahan, atau kekurangan dalam layanan yang disediakan oleh Grabfood dengan syarat konsumen dapat membuktikan bahwa kerugian yang diderita tersebut adalah kesalahan *driver* atau pihak restoran.

Bagi pedagang Grabfood harus menjamin bahwa produk yang ditawarkan berkualitas dan mematuhi segala peraturan keamanan pangan, apabila terjadi pelanggaran maka konsumen harus segera memberitahu Grab. Dalam menjalankan bisnisnya, para merchant Grabfood diwajibkan oleh

hukum dan peraturan yang berlaku untuk memiliki dan memperoleh lisensi yang diperlukan. Merchant Grabfood menanggung semua tanggung jawab atas risiko yang terkait dengan lisensi tersebut, dan mereka juga membebaskan Grab dari segala klaim, tuntutan, atau masalah lain yang timbul akibat kegagalan mereka dalam mematuhi lisensi tersebut.

Bagi *driver*, Grab telah menyatakan bahwa *driver* akan dianggap telah menyetujui dan bertanggung jawab penuh atas segala kehilangan, kerusakan, atau kecerobohan yang terjadi selama pengantaran. Pengemudi telah mengakui bahwa ketentuan-ketentuan tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai penciptaan hubungan kerja antara pengemudi Grab atau antara pengemudi dan mitra. Bahkan dengan semua peraturan yang berlaku di Grab, jika terjadi kesalahan misalnya pengemudi melakukan kesalahan atau gagal memberikan layanan pengantaran kepada pelanggan, maka *driver* wajib bersedia untuk bertanggung jawab dengan pemotongan penghasilan *driver* sesuai dengan kerugian yang dilakukan.

b. Gofood

Pada bagian syarat dan ketentuan yang disebutkan, Gofood menyatakan bahwa setiap pemilik akun yang menggunakan layanan Gofood dianggap telah membaca dan menyetujui setiap bagian dari ketentuan penggunaan Gofood, dalam hal pemilik akun tidak setuju dengan bagian mana pun dari ketentuan ini, mohon untuk berhenti menggunakan layanan Gofood.

Gofood membagi ketentuan layanannya diantaranya, istilah umum yang merupakan istilah-istilah yang digunakan Gofood dalam pelaksanaan

transaksi, pembayaran, pengantaran/pengiriman, program promosi, pernyataan dan jaminan pengguna, *disclaimer* atas layanan Gofood, *complain* dan proses pengembalian. Gofood memberikan penjelasan bagi para penggunanya apabila ingin menghubungi pihak Gofood dapat membuka halaman bantuan di dalam aplikasi Gojek atau mengirim email ke customerservice@gojek.com Gojek juga menyarankan agar pengguna mengajukan keluhan sesegera mungkin, dan mereka harus melakukan selambat-lambatnya dua hari setelah pengemudi mengantarkan barang yang dipesan atau transaksi diselesaikan. Gofood tidak akan bertanggung jawab apabila keluhan disampaikan melebihi batas waktu pengajuan keluhan yang telah ditetapkan.

c. Shopeefood

Proses pengiriman dilakukan secara langsung antara pelanggan dan pengemudi, dan penjualan produk dilakukan secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, sehingga Shopee tidak memiliki kewajiban apapun. Dengan demikian, maka para pihak yang berkontrak bertanggung jawab atas terjadinya transaksi yang dilakukan baik dalam hal produk penjualan, pengiriman, atau yang lainnya. Shopee berjanji untuk menangani keluhan pengguna sesegera mungkin, biasanya dalam waktu lima hari kerja. Diasumsikan bahwa dengan menggunakan layanan Shopee, pengguna telah menyetujui untuk membela, mengganti rugi, dan membebaskan Shopee dan afiliasinya dari setiap dan semua klaim, kerugian, biaya dan pengeluaran yang mungkin timbul dari atau terkait dengan penggunaan platform atau dari

pelanggaran pengguna atas ketentuan layanan. Lebih lanjut, Shopee menyatakan bahwa pihaknya memiliki hak untuk mengubah ketentuan layanan kapan saja tanpa memberi tahu pengguna.

2. Analisis perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi pada fitur Grabfood, Gofood, dan Shopeefood (studi perbandingan implementasi perlindungan konsumen menurut hukum positif dan hukum Islam).

Pada layanan Grabfood dan Shopeefood terdapat syarat dan ketentuan yang menyatakan peralihan tanggungjawab, yaitu pihak Grabfood dan Shopeefood tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita para penggunanya. Gofood memberikan beberapa ketentuan yang harus dipatuhi serta memberikan kebijakan kepada konsumen terkait dengan cara untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul pada saat proses transaksi demi mencegah *disclaimer* dari konsumen. Sedangkan dalam UUPK Pasal 18 telah disebutkan bahwasanya setiap dokumen/perjanjian mengenai klausula baku tidak diperbolehkan berisi pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Maka dari itu syarat dan ketentuan tersebut bertentangan dengan undang-undang yang berlaku. Hukum Islam melarang penggunaan klausula baku karena dapat merugikan salah satu pihak dan menghilangkan hak khair yang seharusnya dimiliki oleh pelanggan.

Mencantumkan klausula baku yang sulit dipahami dan pada halaman yang tidak diketahui oleh sebagian konsumen merupakan tindakan yang melanggar hukum Islam. Menurut hukum Islam, setiap transaksi yang melibatkan penipuan atau unsur ketidakpastian dilarang karena dapat menyebabkan kerugian bagi salah

satu pihak. Pencantuman klausula baku dapat dibenarkan apabila terletak pada halaman yang mudah diketahui oleh pengguna dan mudah dimengerti, karena tidak semua konsumen memahami hukum.

3. Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada layanan Grabfood, Gofood, dan Shopeefood yang ideal menurut hukum positif dan hukum Islam.

Gofood lebih unggul dalam hal kenyamanan, keragaman menu, dan keamanan dalam transaksi, sedangkan Grabfood dan Shopeefood setara dalam kenyamanan transaksi, untuk keberagaman menu Grabfood lebih unggul dari Shopeefood, serta keamanan selama proses transaksi Shopeefood lebih unggul daripada Grabfood.

B. Saran

1. Bagi perusahaan *marketplace*, khususnya pada fitur *online food* sebaiknya segala syarat dan ketentuan yang tertera supaya lebih diperjelas lagi dengan kalimat-kalimat yang mudah dipahami oleh pengguna dan harap memberi pemberitahuan kepada pemilik akun sebelum melakukan perubahan syarat dan ketentuan, serta letak syarat dan ketentuan yang sebaiknya terletak pada halaman yang mudah dibaca oleh pengguna.
2. Bagi pelaku usaha, sebaiknya dalam menggunakan layanan fitur *online food* dapat diperhatikan terkait dengan syarat dan ketentuan yang diberikan, termasuk pemasangan iklan/foto makanan yang ditawarkan, guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

3. Bagi konsumen, sebaiknya menjadi konsumen yang cerdas dan berhati-hati dalam memanfaatkan fitur layanan *online food*, hindari perilaku asal pesan dan tidak memperhatikan pesanan saat melakukan transaksi, agar dapat meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.
4. Bagi pemerintah, pemerintah belum memberikan peraturan yang lebih lengkap mengenai klausula baku serta klausula eksonerasi, dengan semakin pesatnya kecanggihan masyarakat dalam bertransaksi, sebaiknya pemerintah segera memberikan kebijakan mengenai aturan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an/Ulum al-Qur'an/Tafsir al-Qur'an

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: Toha Putra, 1989.

2. Al-Hadis/Ulum al-Hadis

al-'Asqalānī, Ibnu Hajar, *at-Takhlīs al-Khabir* 4 Jilid, ttp.: Al-Maktabah Al-Islāmiyah, 1998.

Muslim, *Shohih Muslim* (Bairut: Dar al-Fikr, 1994), II: 251.

Nawawī, Abu Zakariya ibn Muhyiddin ibn Syaraf An-, *Majmu' Syarh Al-Muḥaḥab*, 11 Jilid, ttp.: Al-Maktabah Al-Islāmiyah, 1998.

3. Fikih/Usul Fikih/Hukum Islam

Afandi, M Yazid, *Fiqh Muamalah*, cet. ke-1, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.

Ali, Zainuddin. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Aprilia, Uswatun, "Analisis Penerapan Klausula Baku Dalam Akad Jual Beli ditinjau Menurut Konsep Khiyar", *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh*, 2018.

Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Faifi, Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-, *Edisi Indonesia: Ringkasan Fiqh Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013.

Fauzan, Shahih Al-. *Al-Mulākhkhas al-Fiqh*, Juz 2, Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2013.

Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.

Ghofur, Abdul dan Ahmad Munif, "Problematika Perdagangan Online: Telaah Terhadap Aspek Khiyar dalam E-Commerce", *Jurnal Al-Manāhij*. Vol. 10, Nomor 2 2016.

Hasan, Akhmad Farroh, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer*, Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018.

Ḥusnī, Taqiyyudin bin Muhammad Abu Bakar Al-, *Kifāyatul Akhyar fi ḥilli Gāyah al-Ikhtisār*, Surabaya: Al-Hidayah, 1993.

- Ikit, dkk. *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Gava Media, 2018.
- Khairi, Miftahul, *Ensiklopedia Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab*. cet. ke-1, Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009.
- Kushendar, Deden, *Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam*, ttp.: tnp, 2010.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Prenamedia Group, 2012.
- Muttaqin, Azhar, *Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: Universitas Muhammadiyah, 2009.
- Napitupulu, Rodame Monitorir, “Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online”, *Jurnal At-Tijaroh*, Vol. 1, Nomor 2 2015.
- Pekerti, Retno Dyah dan Eliada Herwiyanti, “Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi’i”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Vol. 20, Nomor 02 2018.
- Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Şālih Ahmed al-‘Ali, “Huqūq al-Mustahlik fi al-fiqh al-islāmiy wa al-Qānūn: Darāsah Muqāranah,” *Jurnal Jāmi’ah asy-Syāriqah lil’ulūm asy-Syar’iyyah wa ad-Darāsāt al-Islāmiyah*, Vol. 17 No. 2 Desember 2020.
- Shobirin, “Jual Beli dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, Nomor 2 2015.
- Siswadi “Jual Beli dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ummul Qura*, Vol. 3, Nomor 2 2013.
- Soemitra, Andri, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta Timur: Kencana, 2019.
- , *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Rajagraindo Persada, 2013.
- Suyuti. Jalal al-Din ar-Rahman bin Abi Bakar Al-, *Al-Asybah wa al-Nazāir*, Semarang:Toha Putra, t.t.
- Syafi’i, Muhammad ibn Idris Al-. *Ringkasan Kitab Al-UMM 2. terj, Amiruddin*, Jilid 3, cet ke-3, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Zuhaili, Wahbah *al-Fiqh as-Syafi’i al-Muyassar*, alih bahasa Muhammad Afifi Abdul Hafiz, *Fiqh Imam Syafi’i*, Jakarta: Almahira, 2010.

Zuhaily, Muhammad Musthafa Az-. *al-Qawa'idul Fiqhiyyah wa Taṭbīqatuha fil Mazāhib al-Arba'ati*, juz I, Bairut: Darul Fikr, t.t.

Zurohman, Achmad dan Eka Rahayu, Jual Beli Online dalam Perspektif Islam, *Jurnal Iqtishodiyah*, Vol. 5, Nomor 1 2019.

4. Hukum/Peraturan Perundang-Undangan

Atsar, Abdul dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Barkatullah, Abdul Halim, *Hak-hak Konsumen*, cet. ke-2, Bandung: Nusa Media, 2019.

Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.

Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam.

Fatwa DSN-MUI No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang 'Jual Beli Istisna'

Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN MUI IX/2017 tentang Jual Beli.

Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

Hamid, Abd. Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makassar: CV. Sah Media, 2017.

Hartono, Sri Redjeki, *Makalah Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, Bandung: Mandar Maju, 2000.

Hernoko, Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, cet. ke-4. Jakarta: Kencana Group, 2014.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Marpi, Yapiter, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*, Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, t.t.

Miru, Ahmadi, *Prinsip-prinsip Perlindungan bagi Konsumen di Indonesia*, RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2011.

Purba, Hasim, *Hukum Perikatan dan Perjanjian*, Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2022.

- Putra, I Putu Erick Sanjaya, dkk. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui *E-Commerce*”, *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 1, Nomor 2 2019.
- Rahmatullah, Rizky, “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen terhadap Layanan Pesan Antar Makanan dan Minuman secara *Online*”, *Tesis Universitas Islam Riau* 2021.
- Rasji dan Alex Oktavian, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Layanan Grabfood Berdasarkan Pasal 4 ayat 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 7, Nomor 2 2023.
- Rohaya, Nizla Rohaya, “Pelarangan Penggunaan Klausula Baku yang Mengandung Klausula Eksonerasi dalam Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum Replik*, Vol. 6, Nomor 1 2018.
- Sandika, Ira dan Denni Iwan Permata Saragih, “Analisis Perbandingan Sistem Hukum Islam dan Sistem Hukum Positif,” *JRP: Jurnal Relasi Publik*, Vol. 2, Nomor 1 2024.
- Setyawati, dkk., “Perlindungan bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik”, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1, Nomor 3 2017.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Grasindo, 2004.
- Susiawati, Wati, “Jual Beli dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, Nomor 2 2017.
- Taibu, Rahmat, “Pencantuman Disclaimer dalam Transaksi E-Commerce ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Akademika*, Vol. 17, Nomor 1 2020.
- Tarmizi, Erwandi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: PT Berkat Mulia Insani, 2017.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Widyasari, Dini dan Hardian Iskandar. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Shopeefood ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Unes Law Review*. Vol. 6, Nomor 1 2023.

Winarsih, Indri dan Firya Oktaviarni, “Tanggung Jawab Penyedia Layanan Aplikasi *Marketplace* dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Provinsi Jambi”, *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, Vol. 2, Nomor 2 2021.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. ke-2, Jakarta: Kencana, 2016.

5. Metodologi Penelitian

Abdurrahman, Muslim Abdurrahman, *Sosiologi dan Metode Penelitian Hukum*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2009.

Agung, Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*, Bali: CV. Noah Aletheia, 2019.

Arfa, Faisar Ananda dan Watni Marpaung, *Metodologi Penelitian Hukum Islam*, Jakarta: Prenamedia Group, 2016.

Kasiram, Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

6. Lain-lain

Alur & Persyaratan Pendaftaran SPP-IRT & Sertifikat Halal, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/19776>, akses 2 Juni 2024.

Arief, Moch., “Analisis Komparatif Strategi Keunggulan Gojek dan Grab dalam Meningkatkan Pasar di Kabupaten Jember”, *Tesis Pascasarjana UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* 2023.

Christianto, Agus Dwi, dan Muhadi Hariyanto, “Analisa Pemilihan Aplikasi Pesan Antar Makanan (*Food Delivery*) Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*”, *Jurnal Jurtie: Jurnal Teknik Informatika dan Elektro*, Vol. 4, Nomor 2 2022.

Galih Aprilia Wibowo, “Harga Lebih Mahal, Layanan Online Food Delivery Tetap Ramai Pesanan,” <https://bisnis.solopos.com/harga-lebih-mahal-layanan-online-food-delivery-tetap-ramai-pesanan-1615632>, akses 30 April 2024.

Grab Indonesia, “Jawaban Tahukah Mitra?,” <https://www.grab.com/id/en/blog/driver/grab-indonesia-jawaban-tahukah-mitra-19-2-21/>, dikases 8 April 2024.

- Halim, dkk., “Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood dan Shopeefood”, *Devosi: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, Nomor 2 2022.
- Hananuraga, Rahula, “Strategi Komunikasi Pemasaran Transportasi Online (Grab)”, *JUITIK: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, Vol. 2, Nomor 3 2022.
- Ketentuan Layanan dan Kebijakan Grab, <https://www.grab.com/id/terms-policies/transport-delivery-logistics/>, diakses 3 Februari 2024.
- Ketentuan Layanan Shopeefood, <https://help.shopee.co.id/portal/article/71207-Ketentuan-Layanan-Shopeefood>, akses 26 Februari 2024.
- Ketentuan Penggunaan Gofood, <https://www.gojek.com/id-id/terms-and-condition/gofood>, diakses 9 Februari 2024.
- Kurniawan, Faizal. “Bisakah Syarat dan Ketentuan Aplikasi Disebut Perjanjian?,” <https://www.hukumonline.com/klinik/a/bisakah-syarat-dan-ketentuan-aplikasi-disebut-perjanjian-lt61ef908249fc2/>, akses 23 Maret 2024.
- Malik, Ahmad Dahlan, dkk., “Al-Manihah As An Alternative Concept In The Development Of Sme In Indonesia”, *JEBIS*, Vol. 1, Nomor 1 2015.
- Maradat, Nur Cholis Rina Irawan Sagala, dkk., “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12, Nomor 1 2023.
- Prasetya, Shinta Rifianing, dkk., “Pemanfaatan *Online Food Delivery* (Shopeefood dan Gofood) dalam Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM di Gunung Anyar Tambak”, *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, Vol. 1, Nomor 3 2023.
- Purbo, Onno W dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Alex Media computendo, 2000.
- Rachman, M. Aulia dan Annisa Nur Salam, The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems, *International Journal of Zakat*. Vol. 3, Nomor 1 2018.
- Shella, Gusti Karima, “Pengaruh Kepercayaan, Resiko dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Pekanbaru)”, *Skripsi UIN Suska Riau Pekanbaru*, 2020.

- Syarat dan Ketentuan Pendaftaran Sertifikat Halal melalui Shopee Seller Center, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/146409-Syarat%20dan%20Ketentuan%20Pendaftaran%20Sertifikat%20Halal%20Melalui%20Shopee%20Seller%20Center>, akses 2 Juni 2024.
- Tafsir Quraish Shihab Q.S Al-Baqarah ayat 198, sumber: <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-198#tafsir-quraish-shihab>.
- , Q.S Al-Baqarah ayat 275, sumber: <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275#tafsir-quraish-shihab>.
- , Q.S An-Nisa ayat 29, sumber: <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29#tafsir-quraish-shihab>.
- Tanya Jawab Sertifikasi Halal, <https://help.grab.com/merchant/id-id/900004702383>, akses 2 Juni 2024.
- Wikipedia, Grab. [https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(perusahaan)), akses 21 Januari 2024.
- , Gojek. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>, akses 1 Februari 2024.
- , Shopee. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, akses 20 Januari 2024.
- Wong, Jony, *Internet Marketing For The Beginner*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.