

## **Kerjasama Pelaku Usaha dengan Aplikasi Grabfood Merchant Menurut Undang-Undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah**

**Laili Hidayati Sakdiyah**

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

[Lailihidayati188@gmail.com](mailto:Lailihidayati188@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan dunia yang serba digital memaksa para pelaku usaha untuk berinovasi dalam mengembangkan produknya. Di bidang kuliner, pelaku usaha dituntut untuk memperluas jaringan penjualan melalui platform digital baik melalui website restoran ataupun via aplikasi yang disediakan oleh penyedia jasa layanan pengantaran makanan, seperti aplikasi grab dan gojek. Adapun untuk bergabung menjadi mitra gojek atau gofood diharuskan mendownload aplikasi khusus bernama gobiz dan grabmerchant. Jenis penelitian hukum empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis, pendekatan konsep, dan pendekatan undang-undang. Penelitian ini membahas bentuk kerjasama pelaku usaha dengan penyedia aplikasi grab merchant. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan aplikasi grab merchant milik PT. Solusi Transportasi (grab) merupakan persekutuan dan perjanjian kemitraan, ditinjau melalui undang-undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pada bab Syirkah dengan jenis syirkah abdan. Para pihak bersepakat untuk bekerjasama namun kontrak dibuat secara komersial dan sepihak karena banyaknya pelaku usaha yang berminat menjadi mitra dari grab merchant. Sehingga menjadikan kontrak tersebut termasuk dalam syirkah abdan, dimana dalam konsep pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

**Kata Kunci:** Kerjasama; Grabfood Merchant; *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*

### **Pendahuluan**

Sudah dari zaman dahulu kala bahwa manusia tidak bisa hidup secara individual, karena manusia diciptakan sebagai makhluk yang bermasyarakat. Di dalam kehidupan sehari-hari pun manusia membutuhkan manusia lainnya pula, tidak terkecuali dalam hal perdagangan dan jual beli. Jual beli merupakan sepasang pekerjaan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan zaman dahulu sampai saat ini. Dalam jual-beli ada juga yang dinamakan bisnis. Berbicara mengenai sebuah bisnis, sudah menjadi suatu kewajiban bila seorang pengusaha bekerja sama dengan pengusaha lainnya. Hubungan ini di dalam Islam dikenal dengan sebutan muamalah.

Kerjasama adalah sebuah usaha bersama antar perseseorang atau kelompok tertentu untuk mencapai tujuan yang sama. Kerjasama berlangsung apabila para pihak yang bersangkutan mempunyai kepentingan yang sama dan terdapat kesadaran untuk bekerja sama dalam mewujudkannya. Dalam Al Qur'an juga telah disebutkan, pada surat Al-Maidah ayat 2 yang artinya berbunyi "dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan

takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”<sup>1</sup>

Dan juga pada Ayat 29 surat An-Nisa’ yang memiliki arti “Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu” Secara garis besar ayat-ayat di atas menjelaskan bahwa jual-beli adalah perdagangan yang disahkan dalam Islam<sup>2</sup>. Bisnis pun juga dihalalkan asal sesuai dengan peraturan dan hukum Islam yang berlaku. Bisnis diatur juga oleh hukum perikatan Islam. Dengan sifat “terbuka” yang berarti segala pekerjaan dalam bidang muamalah diperbolehkan untuk dimodifikasi asalkan tidak bertentangan dengan Sunnah Nabi dan juga Al-Qur’an. Muamalah dapat diartikan sebagai saling beramal, saling bertindak, saling berbuat.<sup>3</sup> Sedangkan secara luas menurut Muhammad Yusuf Musa menjabarkan, untuk menjaga kepentingan manusia dalam bermasyarakat yang telah diatur oleh peraturan Allah dan/atau peraturan syariah harus ditaati dan di ikuti. Dari pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa muamalah merupakan aturan-aturan Islam yang digunakan dalam jual-beli dan perekonomian masyarakat.

Hukum perikatan baik umum maupun syariah merupakan bagian dari muamalah sehingga memiliki sifat yang sama yakni terbuka di mana sesuatu di bidang muamalah diperbolehkan untuk dimodifikasi selama tidak bertolak belakang dengan undang-undang dan hukum Islam.<sup>4</sup> Dunia teknologi yang semakin maju, membuat dunia bisnis juga semakin berkembang. Manusia yang tidak pernah puas akan teknologi dan keinginan kuat dalam membuat sesuatu yang hemat waktu dan praktis, memaksa para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam berbagai bidang, salah satu mendasar adalah kebutuhan jejaring sosial yang dibutuhkan pada zaman digital ini. Seperti halnya yang sedang marak di kalangan pengusaha, baik pengusaha dari usaha kecil menengah atau pengusaha besar, yakni merchant. Merchant sendiri berasal dari bahasa Inggris yang artinya pedagang.<sup>5</sup>

Merchant dapat diartikan pedagang barang/jasa yang memiliki bentuk usaha secara offline/toko maupun online shop store yang bekerjasama dengan pihak keuangan bank dalam penyediaan layanan pembayaran melalui uang elektronik bank yang bersangkutan. Merchant banyak sekali bentuknya, dari merchant biasa, merchant perorangan, merchant berbadan hukum, physical merchant, dan online merchant. Banyak contoh merchant yang sedang berkembang, seperti permatabank merchant, ovo merchant, cimbniaga merchant, grabfoodmerchant, dan lain sebagainya. Ada merchant yang sedang menjadi primadona para pelaku usaha, salah satunya grabfoodmerchant. Sebagian pelaku usaha memilih bergabung dengan grabfoodmerchant dengan berbagai alasan.

Penelitian yang berjudul dampak bisnis kuliner melalui gofood bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Semarang yang dilakukan oleh Lulus Prapti dan Rahoyo (2018) menampilkan hasil dari 4 owner bisnis gojek yang menyatakan bahwa platform bisnis digital melalui e-commerce seperti grab dan gojek mampu menambahkan omzet penjualan hingga mencapai 50% dibandingkan sebelum mereka bergabung dengan grab dan gojek. Sementara itu sektor perdagangan menjadi penyumbang kenaikan PDRB yang pada akhirnya meningkatkan ekonomi negara, sayangnya dalam artikel tersebut tidak dijelaskan bagaimana peranan gofood lebih spesifik karena ditinjau dari segi ekonomi dan bisnis, dan kelebihan yang diunggulkan adalah

---

<sup>1</sup>Tim Penerjemah, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2019), 9.

<sup>2</sup>Yulia Kurniaty dan Heni Hendrawati, “e-Jurnal Jual beli Online dalam Perspektif Hukum Islam”, (2019), <https://ejournal.stmikbinapatricia.ac.id/index.php/JT/article/view/47/0>

<sup>3</sup>Rachmat Syafe’, *Fiqh Muammalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 14.

<sup>4</sup>Mariam Darus B, dkk. *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), 98.

<sup>5</sup>Madani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 23.

dampak yang terjadi pada para owner, sehingga peneliti ingin sedikit menambahkan bentuk kerjasama para owner dengan para penyedia aplikasi grab ataupun gojek pada artikel ini <sup>6</sup>

Penelitian yang berjudul strategi usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi inovatif dengan menggunakan teknologi smartphone dilakukan oleh Taufik-amrizal (2019) menghasilkan penelitian yang menyatakan strategi usaha mikro dalam mengatasi kemajuan internet dengan cara berinovasi menggunakan aplikasi media sosial seperti pinterest, instagram, youtube untuk mencari informasi tentang produk yang inovatif serta memanfaatkan layanan jasa pengantaran makanan seperti grab, gofood, untuk memasarkan produknya. Sayangnya saat penelitian dilakukan aplikasi grab merchant belum seperti saat ini sehingga tidak dilakukan penelitian yang lebih mendalam. Namun sudah dapat digunakan dalam referensi public, peneliti hanya menambahkan apabila strategi umkm yang inovatif diteliti lebih lanjut dari pandangan hukumnya.<sup>7</sup>

Dalam penelitian lainnya yang berjudul analisa pemanfaatan aplikasi gofood bagi pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang yang dilakukan oleh Arum dan Hendra (2019) menghasilkan penelitian yang membandingkan dampak dari gofood bagi usaha rumah makan sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi gofood, yang menunjukkan adanya perbedaan baik dari segi harga, jumlah order, dan lama jam operasional secara positif dan signifikan pada pendapatan rumah makan yang diteliti. Namun peneliti hanya melihat dari sisi gofood tidak dengan grabfood sehingga kurangnya informasi yang dapat dibagikan kepada masyarakat umum. Disini peneliti akan menambahkan dari segi pengguna dan atau mitra dari aplikasi grab merchant atau mitra grabfood <sup>8</sup>

Kemudian Penelitian yang berjudul dampak pandemic covid-19 terhadap bisnis dan eksistensi platform online dilakukan oleh Taufik dan Eka avianti (2020) menampilkan hasil penelitian yang dilakukan setelah adanya pandemic covid-19, menurunkan aktifitas bisnis secara offline sehingga memaksa para pengusaha untuk berinovasi menggunakan basis platform digital online dalam berbagai bidang baik dalam transportasi umum, pariwisata, perhotelan, pusat perbelanjaan serta pedagang UMKM offline yang hanya berfokus pada kunjungan tatap muka dengan konsumen, sehingga disarankan nya mengembangkan bisnis nya melalui sosial media baik instagram, youtube, aplikasi penyedia jasa pengantaran berbasis online seperti go-food dan grabfood, maxim food,dll. Pada penelitian ini muncul masalah setelah adanya pandemi sehingga mengacu pada aktifitas yang tidak rinci dan lebih global, sedangkan dalam artikel ini hanya mengacu pada 1 masalah yakni dengan penyedia layanan grab merchant.<sup>9</sup>

Penelitian berjudul mediatisasi jasa layanan makanan melalui aplikasi gofood dan grabfood yang dilakukan oleh Diyah Ayu (2020) dan menampilkan hasil bahwa dalam penelitian yang dilakukan terdapat dampak penambahan layanan pembayaran yang disediakan oleh pihak merchant kepada mitra, dengan hadirnya gopay milik gojek dan ovo milik grab menjadi salah satu daya tarik pembeli dalam melakukan transaksi digital di era dompet digital ini. Serta secara tidak langsung dapat mendistribusikan simbol materi simbolik seperti berbagai menu makanan yang berbentuk gambar dilengkapi dengan harga, jenis

---

<sup>6</sup>Lulus Prapti, Rahoyo, "e-jurnal dampak bisnis kuliner melalui gofood bagi pertumbuhan ekonomi di kota semarang", (2018), <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/1243/809>

<sup>7</sup>M Taufik, Amrizal. "e-jurnal Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi Inovatif dengan Menggunakan Smartphone.", (2019), <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1927>

<sup>8</sup>Arum, Hendra. "e-Jurnal Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang", ( 2018), <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/6967>

<sup>9</sup>Taufik, eka avianti, "e-jurnal dampak pandemic covid-19 terhadap bisnis dan eksistensi platform online", (2020): 3, <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/389>

makanan, voucher promo, dan promo yang memiliki syarat dan ketentuan yang berlaku. sayangnya penelitian ini dilihat dari segi pandang komunikasi yang di arahkan ke ranah ekonomi dengan bahasa yang sulit dipahami.<sup>10</sup>

Kemudian ada penelitian lain yang meneliti tentang co-branding online food delivery: perubahan model bisnis wisata kuliner local khas Yogyakarta yang dilakukan oleh eska dan nabila (2020) memiliki hasil penelitian adanya perubahan model bisnis yang dilakukan kepada 13 pelaku usaha wisata kuliner di Yogyakarta, dalam cara perkembangan model bisnis setelah adanya gofoodpartner dan grabfoodpartner tercipta bussines to customer, bussines to bussines dan bussines to bussiness customer yang mendorong perkembangan model bisnis dari kuliner tourism menjadi model bisnis food tourism.<sup>11</sup>

Penelitian tentang pengaruh potongan harga terhadap pembelian implusif pada penggunaan aplikasi grab (grabfood) yang dilakukan oleh abidzar dan ilyan (2020) menampilkan hasil penelitian dari sebanyak 142 responden orang yang dipilih secara acak bahwa potongan harga berhasil memberikan dorongan kepada pembelian impulsive dalam pembelian tidak terencana pada aplikasi grabfood dengan besar pengaruh mencapai 43,3%, penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa manajemen 2017 fakultas ekonomi dan bisnis universitas singaperbangsa karawang.<sup>12</sup>

Penelitian yang lain dengan judul analisis faktor faktor yang mempengaruhi pelanggan gojek dan grab online di Jakarta yang dilakukan oleh Eso dan Andy (2019) menampilkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan, Pengaruh langsung dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak kuat dalam penelitian, karena peneliti tidak menemukan pengaruh signifikan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Namun, kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.<sup>13</sup>

Melihat dari penelitian terdahulu dapat diuraikan sebuah masalah yang didapati oleh peneliti dalam artikel ini, bagaimana kerjasama pelaku usaha dengan grabfood merchant prespektif UU no. 20 tahun 2008 tentang UMKM, dan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dengan tujuan mengetahui bentuk kerjasama pelaku usaha dengan aplikasi grabfood merchant serta menganalisis sesuai dengan UU no. 20 tahun 2008 tentang UMKM dan Kompilasi hukum ekonomi syariah.

Aplikasi Grabfood Merchant sendiri merupakan salah satu dari banyaknya aplikasi merchant di zaman ini. aplikasi ini juga bekerjasama dengan ovo merchant sebagai bank yang mengelola keuangan mitra grabfoodmerchant nya. sayangnya tidak banyak pelaku usaha yang memahami apa itu grabfoodmerchant, dan bagaimana kinerja aplikasi ini pada usaha mereka, atau bagaimana grabfoodmerchant beroperasi sehingga mendatangkan keuntungan bagi para pihak yang bersangkutan, dan apakah sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku baik dalam aturan aturan formal ataupun aturan syariahnya.

Menurut Katni Kamsono Kibat dalam karyanya. Istilah “Pesekutuan/Federation” berasal dari perkataan Yunani. “Feodus” yang memberi maksud perjanjian atau persetujuan. Apabila

---

<sup>10</sup>Diyah ayu. “e-jurnal mediatisasi jasa layanan makanan melalui aplikasi gofood dan grabfood.” (2020), [https://www.researchgate.net/publication/348015119\\_Mediatisasi\\_Jasa\\_Layanan\\_Makanan\\_Melalui\\_Aplikasi\\_GoFood\\_dan\\_GrabFood](https://www.researchgate.net/publication/348015119_Mediatisasi_Jasa_Layanan_Makanan_Melalui_Aplikasi_GoFood_dan_GrabFood)

<sup>11</sup>Eska Nia S, Nabilla kusuma V. “e-jurnal co-branding online food delivery: perubahan model bisnis wisata kuliner local khas Yogyakarta”, (2020), <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/download/389/pdf>

<sup>12</sup>Abidzar A, Ilyan S. “e-jurnal pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsive pada pengguna aplikasi grab (grabfood)”, (2020), <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/6973>

<sup>13</sup>Eso, Andy. “e-jurnal analisis faktor faktor yang mempengaruhi pelanggan gojek dan grab online di jakarta”, (2019), <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/88>

dua orang atau lebih mengikat diri untuk memberikan suatu berupa barang, uang, atau tenaga dalam bentuk suatu kerja sama dinamakan Persekutuan.<sup>14</sup> Company Law adalah himpunan hukum/ilmu hukum mengenai bentuk-bentuk kerja sama baik yang berstatus badan hukum (corporation), maupun yang tidak berstatus badan hukum (partnership), di dalam hukum di Inggris hal ini digunakan untuk masalah hukum persekutuan.

Sedangkan Kemitraan merupakan sebuah hubungan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau usaha keatas.<sup>15</sup> sehingga dapat dikatakan sebuah kerjasama usaha yang dilakukan oleh beberapa pihak secara bersamaan dengan tanggungjawab bersama.<sup>16</sup> menurut beberapa ahli kemitraan dikatakan sebagai hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang posisinya tidak sejajar sehingga terdapat satu pihak yang posisinya lebih tinggi dan ada yang lebih rendah namun memiliki kesepakatan bersama untuk mencapai tujuan yang sama.<sup>17</sup> Akad dalam islam di definisikan dengan berbagai macam. Kata akad berasal dari bahasa arab yang artinya ikatan atau kewajiban, atau perjanjian.<sup>18</sup> Dapat juga diartikan sebagai permufakatan / *al-ittifaq*. Secara sempit diartikan sebagai adanya pertalian (ijab) pernyataan melakukan ikatan dan (kabul) pernyataan penerimaan ikatan sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh pada objek perikatan.<sup>19</sup> Hal tersebut berarti bahwa di dalam akad masing-masing pihak terikat untuk melaksanakankewajiban mereka masing-masing yang telah disepakati terlebihdahulu. Jadi, ketika terdapat salah satu atau kedua pihak yang terikat dalam kontrak tersebut tidak dapat memenuhi kewajibankewajibannya, maka salah satu ataukedua pihak tersebut menerimasanksi yang sudah disepakati dalam akad. menurut hasbi ash-shiddieqy akad atau perikatan adalah pengumpulan dua ujung tali yang mengikat salah satunya dengan yang lainnya lalu keduanya menjadi sepotong benda.<sup>20</sup>

Kerjasama atau perserikatan dalam islam dinamakan dengan Ash-Syirkah. Secara Harfiah Syirkah adalah gabungan, percampuran, atau perserikatan. Sedangkan dalam istilah syirkah adalah perjanjian antara dua orang atau lebih yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan.<sup>21</sup> Percampuran disini menjadi seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan. Dapat diartikan setiap mitra memberikan hak kepada mitra lain dalam mengelola harta tersebut. sedangkan menurut ulama hanafiyah syirkah merupakan transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini syirkah masuk dalam kategori syirkah abdan/A'mal, yakni Syirkah Abdan atau biasa disebut dengan Syirkah Amal merupakan sebuah perjanjian persekutuan antara dua orang atau lebih untuk menerima pekerjaan dari pihak ketiga yang akan dikerjakan bersama, dengan ketentuan keuntungan dibagi antara para anggotanya Sesuai dengan kesepakatan mereka.

---

<sup>14</sup>Gunawan Widjaja, *Seri Aspek Hukum Dalam Bisnis Persektuan Perdata, Persekutuan Firma, dan Persektuan Komanditer*, (Jakarta: Prenada Media, 2006) , 26.

<sup>15</sup>Undang Undang No.9 tahun 1995 tentang usaha mikro kecil dan menengah.

<sup>16</sup>Tugimin, *Kewarganegaraan*, (Surakarta: CV. Grahadi, 2004), 8.

<sup>17</sup>Mohammad Jafar Hafisah, *Kemitraan Usaha* , (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), 9.

<sup>18</sup>Darmawati H, "e-Jurnal Akad dalam Transaksi ekonomi Syari'ah, *sulesana volume 12 nomor 2 tahun 2018*" <https://core.ac.uk/download/pdf/234751637.pdf>

<sup>19</sup>Hendi Suendi, *Fiqih Muammalah*, (jakarta : Rajagrafindo Persada, 2008), 130.

<sup>20</sup> Hasby Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqih Muammalah*, Ed. 2 (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997), 19.

<sup>21</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi)*, (Yogyakarta: Gadjamada university Press, 2010), 116.

<sup>22</sup> Panji Adam, *Fikih Muammalah Maliyah konsep, regulasi, dan implementasi*(Bandung: Refika Aditama, 2017),264.

Banyak dari kalangan masyarakat yang kurang tahu akan hal ini. sebab inilah yang membuat artikel ingin mengkaji dengan judul “Kerjasama Pelaku Usaha dengan Aplikasi Grabfoodmerchant menurut Undang undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”.

## **Metode**

Jenis penelitian kerjasama mitra dengan penyedia aplikasi grabfood merchant yang digunakan merupakan penelitian empiris, yakni suatu penelitian yang mengkaji ketentuan hukum tertentu pada kenyataan yang terjadi di masyarakat yang pada akhirnya menuju kepada penyelesaian masalah.<sup>23</sup> Jenis penelitian empiris merupakan suatu penelitian yang dilakukan di keadaan sebenarnya dan terjadi di masyarakat dengan tujuan mengetahui fakta serta data data untuk dapat dicari penyelesaian masalahnya.<sup>24</sup> Oleh sebab itu, tulisan ini langsung terjun kelapangan guna untuk mengetahui bagaimana sistem dari PT. Grab serta respon dan melakukan research kepada beberapa mitra yang sekaligus sebagai pengguna dari aplikasi Grabmerchant yang merupakan aplikasi khusus para mitra penjual. Penelitian ini menggunakan 3 pendekatan, yakni pendekatan yuridis sosiologis dengan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku di masyarakat dengan sistem yang ada dalam perjanjian kemitraan antara penyedia aplikasi grabmerchant dengan mitranya, pendekatan konsep yang dilakukan meliputi wawancara dan dokumentasi terkait perjanjian kerjasama antara mitra aplikasi grab merchant dengan penyedia aplikasi grabmerchant yakni PT. Grab Dalam pendekatan ini penulis mendapatkan gambaran umum secara kompleks dan mendetail, laporan terperinci dari pihak owner, pekerja, dan juga kontrak perjanjian dengan aplikasi grab merchant dan melakukan studi pada situasi yang dialami terutama di sekitar.

Hal ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui dokumentasi, wawancara terhadap para pihak yang bersangkutan terutama kepada Owner/ pemilik mitra pengusaha di kota malang, data tersebut dapat diperoleh dari wawancara maupun laporan baik dalam bentuk dokumen resmi atau tidak resmi yang nantinya akan diolah kembali oleh peneliti. Data Sekunder adalah suatu data yang memberikan penjelasan dari data primer.<sup>25</sup> Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi dan peraturan perundang-perundangan yang berhubungan tentang jual beli, kerjasama dan Undang undang informasi dan transaksi elektronik, hukum islam secara global, Hukum persekutuan, Al-Qur'an dan Hadist dan buku buku yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Baru kemudian dilakukan teknik editing, klarifikasi, verifikasi, dan analisis data sehingga dapat memunculkan kesimpulan yang dapat dengan mudah untuk di pahami.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Kerjasama Pelaku Usaha dengan PT. Solusi Transportasi Indonesia (Grab)**

Kerjasama bukan hanya terjadi antara satu orang dengan satu lainnya untuk mencapai tujuan yang sama, namun kerjasama juga dapat berupa antara sebuah perusahaan besar dengan perseorangan. Kerjasama yang juga disebut perjajian. perjanjian memiliki banyak sekali bentuk dan macamnya. Salah satunya perjanjian persekutuan dan kemitraan. Sebelum membahas hal ini, artikel ini akan menjelaskan beberapa hal lain, yakni: Para Pihak dalam Perjanjian Persekutuan dan kemitraan antara mitra Grab merchant dengan PT. Solusi

---

<sup>23</sup> Soejono Sukanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta : UI Press ,1892), 12.

<sup>24</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* ( Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 46.

<sup>25</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research jilid 1* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2012), 4.

Transportasi Indonesia (selanjutnya disebut Grab)<sup>26</sup>Perjanjian persekutuan dan kemitraan yang dilakukan oleh PT Solusi Transportasi Indonesia (Grab) melibatkan beberapa pihak. Para pihak yang dimaksud seperti; *Grab* merupakan perseroan terbatas yang didirikan sesuai dengan hukum negara republik indonesia dan memiliki izin aplikasi grab indonesia yang mencocokkan permintaan konsumen dan penyedia jasa baik jasa transportasi oleh angkutan taksi atau sewa maupun rekanannya yang sesuai dengan ijin yang dimiliki oleh grab, khususnya untuk grabfood memiliki layanan ketentuan komersial.

GrabFood Indonesia memiliki peranan sebagai pemberi sarana penghubung antara konsumen Pelaku Usaha seperti holla cheese tea, pecel kepala kambing, tarik disini, ngocok thai tea, dan ketoprak bang syarif. Pelaku Usaha atau Mitra Grab Merchant: merupakan *Penjual* dalam hal ini adalah pihak dari Pengusaha yang diwakili oleh nama terang dalam kontrak untuk menjalankan usaha kuliner dengan mereknya bekerjasama dengan grab sebagai layanan pengantaran makanan ataupun minuman yang dijual untuk memperluas jangkauan penjualan. Dengan syarat Penjual harus sudah membaca, mengerti, menyetujui syarat dan ketentuan komersial yang berlaku yang mungkin dapat diperbarui oleh pihak Grab sewaktu waktu pada ketentuan khusus ini.

Layanan pembayaran dalam syarat dan ketentuan komersial di metode pembayaran, seluruh pesanan dan pembayaran melalui Grabfood akan diterima oleh grab dari konsumen lalu dibayarkan kepada penjual setelah dilakukan nya pemotongan biaya jasa melalui kanal PT. Visionet Internasional (OVO) atau rekening yang ditunjuk oleh grab tidak lebih dari 3 hari kerja sejak pemesanan. Khusus pada grabfood merchant dengan lambang restoran pilihan penjual harus menggunakan ovo merchant. Konsumen adalah pihak ketiga. Selain para pihak yang telah tertulis pada perjanjian kerjasama Grabfood Indonesia, terdapat pihak yang juga memiliki peran dalam kegiatan perjanjian kerjasama dan kemitraan yakni konsumen.

Konsumen merupakan orang yang menggunakan jasa aplikasi Grab, dan konsumen diwajibkan memiliki akun pada aplikasi grab dengan mendaftar menggunakan nomor telepon atau akun facebook atau akun email (baik yahoo atau gmail).

### **Praktik Perjanjian Persekutuan dan kemitraan antara mitra Grab Merchant dengan PT. Solusi Transportasi Indonesia (Grab)**

Perjanjian kerjasama yang dilakukan pihak Grabfood Merchant dengan Mitra Grab Merchant merupakan perjanjian persekutuan dan kemitraan. Merujuk pada pola kerjasama persekutuan dan kemitraan, maka kerjasama bentuk ini harus memenuhi syarat syarat sebagai berikut: Adanya kesamaan kepentingan dalam pencapaian tujuan, Terdapat dua pihak atau lebih, Terdapat sikap saling membutuhkan Dan adanya kesepakatan bersama Perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh pihak Grab dengan Mitra Penjual di bentuk dalam Kontrak Elektronik.

Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik, seperti tertuang pada Undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada pasal 1 ayat 17. dapat diartikan sistem elektronik dalam perjanjian ini menggunakan smartphone atau yang biasa disebut dengan Telepon Genggam. Perjanjian ini juga menggunakan tanda tangan elektronik untuk mempermudah proses pendaftarannya dan juga tidak memakan banyak biaya sehingga lebih efisien diantara kedua belah pihak. Namun karena sistem elektronik sehingga terkadang memakan waktu yang cukup lama dari 1 minggu hingga 3 bulan lamanya. Dalam perjanjian kerjasama sebagai mitra Grabfood Merchant ini tidak semua penjual dapat mendaftarkan restorannya, hanya restoran yang sudah memenuhi

---

<sup>26</sup>Perjanjian Kerjasama GrabFood Indonesia tahun 2021

syarat pendaftaran, mengerti dan setuju akan ketentuan yang dibuat khusus oleh pihak grab pada Grab Merchant. Adapun syarat dan ketentuan komersial dijelaskan pada perjanjian kerjasama Grabfood Indonesia melalui website nya <https://www.grab.com/id/grabfood/merchant-terms>. syarat yang telah dijelaskan sebelumnya memuat pula ketentuan bagi penjual, dan syarat yang dibuat bersifat mutlak dan khusus sehingga mitra tidak dapat memberikan saran ataupun masukan kepada pihak Grabfood Indonesia. Jika mitra ingin bekerjasama dengan Grab Merchant secara sadar mitra telah menyetujui syarat dan ketentuan komersial dari pihak grabfood.

Perjanjian kerjasama Grabfood merupakan perjanjian baku, dan pihak keduanya memiliki kuasa masing masing. Maksudnya, pihak Grabfood tetap menjalankan kewajibannya sebagai perusahaan yang menunjang dengan memberikan jasanya sedangkan penjual tetap menjual dengan merek mereka sendiri. Hal ini menyebabkan adanya hubungan hukum diantara keduanya. Sebab itulah pihak Grabfood Indonesia dan mitra penjual memiliki tanggung jawab terhadap kewajiban masing-masing yang harus dijalankan. Adapun beberapa Kewajiban pihak grabfood yakni: Pihak Grab harus Menyajikan daftar makanan dan/atau minuman yang dijual oleh mitra penjual baik berupa foto yang dimiliki oleh mitra maupun tanpa foto melalui Aplikasi Grab. Pihak grab harus memastikan mitra Driver mengantarkan makanan dan atau minuman milik penjual kepada customer atau pihak akhir sesuai dengan yang tertera pada aplikasi Grab dan harus bertanggung jawab atas kerusakan pada kemasan yang mungkin timbul saat pengantaran.

Menindak lanjuti saran dan keluhan dari mitra penjual atau pelanggan yang disampaikan kepada pihak grab mengenai layanan pengantaran yang dilakukan oleh driver melalui tautan <https://help.grab.com/passenger/id-id/>. Menyajikan data pemesanan dan penjualan makanan dan/atau minuman pada gerai penjual setiap bulannya kepada penjual. Penjual akan diberikan data dan dokumen rahasia oleh pihak grab sesuai yang tercantum dalam syarat dan ketentuan pada link <https://www.grab.com/id/merchant/food/merchant-terms/>. Sedangkan bagi mitra penjual terdapat kewajiban yakni; Menyediakan seluruh informasi yang diperlukan untuk menyajikan daftar menu makanan dan/atau minuman milik penjual seperti menu, logo, gambar, harga, dan identitas penjual yang dapat dirubah dari waktu ke waktu kepada pihak Grab, Penjual harus memiliki izin usaha restoran/rumah makan yang sesuai dengan peraturan dan undang undang yang berlaku.

Melakukan validasi informasi yang ditayangkan oleh pihak Grab dan memberitahukan kepada pihak grab bila terjadi ketidak akuratan data dan kesalahan informasi oleh pihak grab. Memasang, menempelkan atau menempatkan sticker Grab pada pintu/meja resepsionis atau kasir maupun bentuk lainnya yang diperlukan dalam mempromosikan dan untuk kepentingan khusus pada perjanjian dengan grabfood Indonesia dan Membayar biaya jasa. Menurut semua mitra grab merchant saat sesi wawancara tarif pembayaran oleh Grabfood dengan mitra penjual adalah 20% untuk pihak Grab dan 80% untuk penjual yang diambil secara otomatis ketika terdapat pemesanan oleh customer. Apabila dalam sebuah menu tertulis harga 12.500 rupiah maka 20% dari 12.500 adalah 2500 sehingga 80% nya adalah 10.000 milik penjual. Untuk mengantisipasi adanya pembagian hasil seperti ini, penjual menaikkan harganya pada aplikasi Grab agar tidak terjadi kerugian akibat bagi hasil tersebut. Apabila pejual tidak menyetujui ketentuan ini maka penjual tidak dapat bergabung menjadi Partner dari Grabfood Merchant. Dan apabila penjual dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian harga atau terdapat kerugian lalu tidak menerima solusi dari pihak Grabfood maka penjual boleh mengakhiri kontrak dengan Grabfood Indonesia.

## **Perjanjian Kerjasama Antara Pelaku Usaha Dengan Grabfood Merchant Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah**

Sebuah akad merupakan kesepakatan didalam suatu perjanjian, perjanjian dikatakan sah apabila memenuhi syarat sah perjanjian, adapun beberapa syarat sah didalam kompilasi hukum ekonomi islam bab III bagian pertama pasal 22 dijelaskan sebagai:<sup>27</sup>

Subyek yang berakal, Pada perjanjian kerjasama kemitraan ini subyek yang melakukan perjanjian adalah pelaku usaha dengan Aplikasi Grabfood Merchant. Objek dalam Perjanjian, Objek perjanjian diantara para pihak adalah penjual minuman dan/atau makanan dengan layanan jasa penyediaan online.

Kesepakatan dalam perjanjian, Ijab dan qabul merupakan bentuk sighthat/ kesepakatan pada perjanjian diantara kedua belah pihak. Perjanjian yang dilakukan kedua pihak menggunakan kontrak elektronik. Sighthat harus jelas dan terdapat kerelaan diantara para pihak. Pihak Grabfood Merchant memiliki hak untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sedangkan pihak pelaku usaha dalam hal yang membuat pernyataan menerima atau menyetujui perjanjian tersebut. Tujuan utama diadakannya sebuah perjanjian, Pada perjanjian antara kedua belah pihak memiliki tujuan mendapatkan keuntungan secara ekonomi dan juga media promosi.

Dari ulasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kesepakatan perjanjian persekutuan dan kemitraan antara pelaku usaha dengan pihak Grabfood Merchant menggunakan perjanjian baku, dan berbentuk kontrak elektronik yang berupa perjanjian tertulis, karena dinilai lebih efisien dan mudah diantara kedua belah pihak. Didalam KHES, muammalah dengan menggunakan metode elektronik diperbolehkan. di islam pun diberikan kebebasan dalam berkontrak namun, tidak mutlak. Selama kontrak kerjasama tidak bertentangan hukum Syariah Islam maka perjanjian kerjasama tersebut boleh dilakukan. Kebebasan berkontrak juga diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pada pasal 21 yang berbunyi<sup>28</sup>; Setiap perjanjian dilakukan atas kehendak para pihak tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lainya. Dan juga sebuah perjanjian harus di dasarkan atas kesetaraan antara kedua belah pihak. Perjanjian kerjasama yang dilakukan pihak mitra Grab Merchant dengan Aplikasi Grabfood Merchant merupakan perjanjian kerjasama kemitraan, sehingga dalam Kompilasi Hukum Ekonomi syariah masuk ke dalam Bab Syirkah. Syirkah adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, ataupun kepercayaan dalam sebuah usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan perjajian yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak yang berserikat seperti dalam KHES pasal 137 bab syirkah<sup>29</sup>.

Dalam perjanjian antara pelaku usaha atau mitra dengan penyedia aplikasi Grabfood Merchant yang mempunyai layanan jasa pengantaran merupakan bentuk Syirkah secara umum, yang dapat diasumsikan sebagai kerjasama antara dua pihak yang sama sama memiliki modal untuk melakukan usaha bersama dengan modal yang tidak sama dan keuntungan dibagi sesuai dengan proporsi modal atau sesuai dengan kesepakatan bersama. Perjanjian seperti ini dapat dikategorikan kedalam syirkah abdan. Syirkah abdan dalam pasal 148 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) merupakan jenis syirkah yang pekerjaan tersebut mempunyai nilai berdasarkan jasa dan atau hasil.<sup>30</sup> Pihak mitra grab merchant sebagai penjalan pekerjaan sedangkan penyedia aplikasi Grabfood Mercant menjadi pihak pemberi jasa pengantaran. Hal ini juga disebut den gan akad jasa-pekerjaan.

---

<sup>27</sup>Pasal 22 bab III Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (Bandung: Fokus Media, 2010), 56.

<sup>28</sup>Pasal 21 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (Bandung: Fokus Media, 2010),

<sup>29</sup> Pasal 137 bab syirkah Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (Bandung: Fokus Media, 2010).

<sup>30</sup>Pasal 148 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (Bandung: Fokus Media, 2010), 87..

Dalam pasal 153 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dijelaskan bahwa para pihak yang bersepakat menggunakan syirkah abdan dapat menentukan bagian pihak mana yang bertugas mencari dan menerima pekerjaan sedangkan pihak lainnya melaksanakan. hal ini serupa dengan perjanjian perserikatan yang dilakukan oleh pihak mitra grab merchant dengan penyedia aplikasi Grabfood Merchant. Pihak Grabfood Merchant sebagai pihak yang mencari konsumen dan menerima pemesanan dan pihak mitra sebagai penjual yang menyiapkan pesanan dari pihak ketiga atau konsumen. Hal ini wajib dilakukan oleh kedua belah pihak dan para pihak dalam perjanjian ini, pihak penjual dianggap sudah menerima upah apabila upah tersebut telah diterima, seperti tertuang pada pasal 154 ayat 2<sup>31</sup>

Bila di simulasikan, pihak Grab menaruh daftar menu, harga dan juga gambar makanan dan/atau minuman milik restoran Mitra grab merchant pada aplikasi Grab, Konsumen memesan, pesanan konsumen diteruskan kepada pihak Mitra grab atau penjual, pihak penjual menyiapkan pesanan yang akan diantar oleh Driver Grab tanpa memberikan uang tunai, setelah pemesanan selesai saldo otomatis masuk ke akun Ovo Merchant sebesar 80% milik penjual secara non-tunai yang sudah dipotong sebesar 20% untuk pihak Grab 10% dan pajak 10% dari pembayaran yang dilakukan pihak ketiga/konsumen. Pembagian keuntungan pada syirkah abdan diperbolehkan berbeda dengan pertimbangan terdapat pihak yang lebih ahli.<sup>32</sup>

Perjanjian antara pihak Grabfood Merchant dengan Mitra Grab Merchant berakhir apabila salah satu pihak melanggar perjanjian yang sudah disepakati bersama, meski demikian terdapat jangka waktu yang ditetapkan pada perjanjian tersebut, seperti dalam perjanjian kerjasama Grabfood Indonesia milik Maghfirah Sayyidatul Izza selaku owner dari TarikDisini ! Bubble Tea yang menyebutkan bahwa: Ketentuan Komersial ini hanya berlaku selama 1 (satu) tahun sejak tanggal terakhir ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan di halaman terakhir perjanjian, dan apabila salah satu pihak ingin memperpanjang perjanjian kerjasama ini maka harus menginformasikan kepada pihak yang lainnya selambat-lambatnya 30 hari sebelum jangka waktu yang ditentukan berakhir.

Dalam ketentuan ini yang dimaksud adalah perjanjian yang dilakukan oleh Pihak Mitra Grab Merchant dengan Grabfood Merchant akan berakhir apabila salah satu pihak melanggar perjanjian yang telah disepakati dan dalam jangka waktu 1 (satu) tahun meskipun tidak ada pelanggaran, apabila Penjual atau Mitra tidak memperpanjang kontrak dengan penyedia aplikasi Grabfood Merchant selambat-lambatnya 30 hari sebelum berakhirnya masa kontrak tersebut, maka kontrak dinyatakan berakhir. dan apabila suatu saat terjadi permasalahan atas kesepakatan yang timbul dari perjanjian kerjasama ini, penyelesaian masalah menggunakan BANI atau badan Arbitrase Nasional Indonesia.

## **Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan dan penelitian atas isu hukum yang telah di jabarkan seperti diatas, maka dapat ditarik kesimpulan yang singkat padat dan jelas untuk disampaikan, adapun dalam penelitian ini kesimpulannya :

Pihak pelaku usaha sebagai pekerja/ penjual dalam hal ini, sedangkan pihak Aplikasi Garbfood Merchant sebagai penyedia layanan jasa. Kerjasama yang dilakukan secara online melalui pendaftaran yang terdapat pada website, sedangkan untuk perjanjian kontrak diantara kedua belah pihak menggunakan kontrak elektronik melalui email disertai tanda tangan online melalui email. Perjanjian tersebut perbolehkan di dalam Undang undang Informasi dan

---

<sup>31</sup>Pasal 153-154 Ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (Bandung: Fokus Media, 2010), 88.

Transaksi Elektronik No. 11 tahun 2008. namun, dalam isi perjanjian tersebut bersifat sepihak dan tidak sama dengan asas perjanjian yang terdapat pada KUHPerdara tentang kebebasan dalam berkontrak. Menurut undang-undang no 20 tahun 2008 Tentang UMKM, pihak Aplikasi Grabfood Merchant sebagai pihak usaha menengah/besar yang artinya memberikan jasa pengembangan dan pembinaan kepada mitra usaha kecil Perjanjian yang sudah di tanda tangani bersama mengikat satu sama lain dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, juga terdapat jangka waktu/ masa berakhirnya kontrak selama 1 tahun. Meski demikian dalam perjanjian kemitraan yang terjadi antara mitra dengan Aplikasi Grab Merchant kurang adanya bantuan pengembangan usaha, karena pelaku usaha sendiri harus menyediakan sendiri mesin kasir untuk proses transaksi.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah perjanjian yang dilakukan oleh para mitra grabfood dengan aplikasi grabfood Merchant merupakan perjanjian Syirkah. Adapun Syirkah ini merupakan jenis Syirkah abdan. Dimana pada perjanjian antara pelaku usaha dengan Aplikasi Grabfood Merchant para pihak diperbolehkan untuk membagi keuntungan sesuai dengan modal masing masing pihak/ apa yang telah di sepakati pada saat penandatanganan kontrak, sehingga tidak ada keuntungan yang tidak sesuai dengan kontrak yang berlaku. Dan apabila dikemudian hari terdapat permasalahan diantara kedua belah pihak maka penyelesaian secara hukum menggunakan jalur hukum arbitrase.

## Daftar Pustaka

- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi)*, Yogyakarta:Gadjahmada University Press, 2010.
- Yudha H, Agus. *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Surabaya: Prenada Media Group, 2009.
- Faqih, Amir. *Kajian Uang elektronik dalam Prespektif undang-undang perlindungan konsumen dan fikih syafi'i (studi pada aplikasi ovo)*. skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.
- Amiruddin dan Zainal. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010.
- Narbuko, Cholid, dan Achmadi Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia cet-2*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Mas'adi, Ghufron A. *Fiqh Muammalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Madani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014.
- 'Ula, Maratul. *Perjanjian Kemitran antara penyedia aplikasi gojek dengan mitra prespektif kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES)*. Skripsi UIN maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muammalah*. Jakarta: Kencana, cet ke- 1, 2012.
- Darus B, Mariam. *Komplikasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.
- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES, 1982.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: Uin Malang Press, 2008.
- Fuadi, Munir. *Pengantar Hukum Bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.
- Sumarni, Murti, dan Salamah W. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grafindo, 2014.
- Adam, Panji. *Fikih Muammalah Maliyah Konsep, Regulasi, dan Implementasi*. Bandung: Refika Aditama, 2017.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muammalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.

- Sukanto, Soejono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1892.
- Widjaja, Gunawan. *Seri Aspek Hukum Dalam Bisnis Persekutuan Perdata, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Komanditer*. Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Tugimin, *Kewarganegaraan*. Surakarta: CV. Grahadi, 2004.
- Suendi, Hendi. *Fiqih Muammalah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Jafar Hafisah, Mohammad. *Kemitraan Usaha*. Jakarta: Sinar Harapan, 2000.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research jilid 1*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2012.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syariah 2015*.
- Kurniaty, Yulia dan Hendrawati Heni. "e-Jurnal Jual Beli Online Dalam Prespektif Hukum Islam", 2019, (11 november 2020), <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/alyasini/article/view/3773/2758>
- Taufik, M Amrizal. "e-jurnal Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi Inovatif dengan Menggunakan Smartphone" Batam, 2019, (11 januari 2021), <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1927>
- Arum, Hendra, "e-Jurnal Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang, 2018, diakses pada 22 mei 2021, <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/6967>
- Ayu, Diyah. "e-jurnal mediatisasi jasa layanan makanan melalui aplikasi gofood dan grabfood di magelang", 2020. (15 februari 2021), [https://www.researchgate.net/publication/348015119\\_Mediatisasi\\_Jasa\\_Layanan\\_Makanan\\_Melalui\\_Aplikasi\\_GoFood\\_dan\\_GrabFood](https://www.researchgate.net/publication/348015119_Mediatisasi_Jasa_Layanan_Makanan_Melalui_Aplikasi_GoFood_dan_GrabFood)
- Lulus, Rahoyo. "e-jurnal dampak bisnis kuliner melalui gofood bagi pertumbuhan ekonomi di kota semarang." 2018, (11 januari 2021). <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/1243/809>
- Nia S, Eska. Kusuma, Nabilla V. "e-jurnal co-branding online food delivery: perubahan model bisnis wisata kuliner local khas Yogyakarta." 2020. Diakses pada tanggal 15 februari 2021, [http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/download/389/pdf\\_1](http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/download/389/pdf_1)
- H, Darmawati. "e-Jurnal Akad dalam Transaksi ekonomi Syari'ah, sulesana volume 12 nomor 2 tahun 2018". (15 april 2020), <https://core.ac.uk/download/pdf/234751637.pdf>
- Abidzar A, Ilyan S, e-jurnal pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsive pada pengguna aplikasi grab (grabfood), (22 mei 2021), <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/6973>
- Eso, Andy, e-jurnal analisis faktor faktor yang mempengaruhi pelanggan gojek dan grab online di jakarta, 2019, (22 mei 2021), <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/88>
- Eka avianti, Taufik, e-jurnal dampak pandemic covid-19 terhadap bisnis dan eksistensi platform online, 2020, (22 februari 2021) <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/389>
- Undang Undang No.9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil  
 Undang Undang No. 20 tahun 2008 Tentang UMKM  
 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). Bandung: Fokus Media, 2010.