

Transaksi dan Kontrak Jual Beli Makanan pada Layanan Gofood; Analisis Hukum Islam dan Hukum Positif

Jessy R. A Indriati¹

Institut Daarul Qur'an, Jakarta, Indonesia
ijessyra@gmail.com

Rina Susanti Abidin Bahren

Institut Daarul Qur'an, Jakarta, Indonesia
rinasusanti@idaqu.ac.id

Hisyam Asyiqin

Institut Daarul Qur'an, Jakarta, Indonesia
hisyamasyiqin17@gmail.com

Submission	Accepted	Published
6 Juni 2025	22 Agustus 2025	24 Agustus 2025

Abstract

This research aims to analyze food purchase transactions and contracts through the GoFood service from the perspective of Islamic Law and Positive Law, focusing on the conformity of contracts in practice with sharia principles as well as legality based on Indonesian laws and regulations. This article falls under qualitative library research with a normative legal study methodology. The findings indicate that transactions conducted through GoFood are essentially valid under Islamic law as long as the requirements and pillars of sale and purchase are fulfilled, such as the presence of a seller, a buyer, a clear object, and mutual consent, even if the contract is made electronically. Meanwhile, under Indonesia's positive law, such transactions are considered valid and legally binding based on Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions and its implementing regulations. Nevertheless, there remain issues related to the clarity of contracts, transparency of product information, and consumer protection, which require stronger regulations and stricter application of sharia principles.

Keywords: GoFood, Online Transactions, Contract

¹ Corresponding Author

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transaksi dan kontrak jual beli makanan melalui layanan GoFood dalam perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif, dengan fokus pada kesesuaian akad yang terjadi dalam praktik dengan prinsip-prinsip syariah serta legalitas berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Artikel ini tergolong dalam penelitian pustaka berbasis kualitatif dengan metodologi studi hukum normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi melalui GoFood pada dasarnya sah menurut hukum Islam sepanjang memenuhi syarat dan rukun jual beli, seperti adanya penjual, pembeli, objek yang jelas, dan kerelaan kedua belah pihak, meskipun akad dilakukan secara elektronik. Sementara itu, menurut hukum positif di Indonesia, transaksi ini sah dan memiliki kekuatan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta peraturan turunannya. Namun demikian, masih terdapat persoalan terkait kejelasan akad, transparansi informasi produk, dan perlindungan konsumen yang memerlukan penguatan regulasi serta penerapan prinsip syariah secara lebih tegas.

Kata kunci: GoFood, Transaksi Online, Kontrak

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pola transaksi ekonomi dan sistem jual beli. Salah satu bentuk transformasi yang paling nyata adalah munculnya layanan berbasis aplikasi daring yang memfasilitasi kebutuhan sehari-hari, seperti transportasi, pembayaran digital, hingga pemesanan makanan. GoFood sebagai bagian dari ekosistem Gojek hadir sebagai inovasi yang menjawab kebutuhan masyarakat modern akan kecepatan, kepraktisan, dan efisiensi (Hermawan et al., 2018). Dengan layanan ini, konsumen tidak perlu lagi pergi ke restoran atau warung makan, karena cukup melalui aplikasi di ponsel, mereka dapat memesan makanan dari berbagai pilihan restoran yang kemudian diantarkan langsung ke alamat tujuan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana digitalisasi telah menggeser paradigma jual beli dari sistem tradisional ke arah yang serba instan, otomatis, dan terintegrasi dengan perangkat teknologi. Namun demikian, perubahan ini juga menghadirkan tantangan baru dalam perspektif hukum, baik dari sisi kepastian hukum, perlindungan konsumen, maupun kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Dalam konteks hukum Islam, jual beli merupakan salah satu akad muamalah yang memiliki aturan dan syarat tertentu, seperti adanya ijab qabul, kejelasan objek transaksi, kerelaan para pihak, serta bebas dari unsur riba, gharar, dan penipuan. Transaksi jual beli secara daring melalui layanan seperti GoFood tentu menimbulkan pertanyaan apakah akad yang dilakukan secara digital, tanpa tatap muka langsung, dapat memenuhi syarat sah jual beli dalam Islam. Misalnya, proses pemesanan yang hanya berupa klik pada aplikasi, pembayaran yang menggunakan dompet digital, serta keterlibatan pihak ketiga (driver) dalam penyampaian barang, menjadi hal yang perlu dianalisis secara mendalam. Selain

itu, dalam hukum Islam juga dikenal prinsip kemaslahatan dan perlindungan terhadap hak-hak pihak yang terlibat, sehingga penting untuk meninjau apakah transaksi melalui GoFood dapat menjamin keadilan dan tidak menimbulkan kerugian, baik bagi konsumen, mitra pengemudi, maupun penjual makanan (Mahfud, 2021). Analisis ini menjadi relevan mengingat jual beli daring telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Muslim Indonesia, sehingga butuh kejelasan hukum agar tidak menimbulkan keraguan dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Di sisi lain, dalam perspektif hukum positif Indonesia, transaksi jual beli daring termasuk dalam kategori perjanjian sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan diperkuat oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Transaksi yang dilakukan melalui aplikasi GoFood pada prinsipnya merupakan perjanjian jual beli yang mengikat para pihak berdasarkan asas konsensualisme, di mana kesepakatan dianggap sah meskipun tidak dilakukan secara lisan atau tertulis secara konvensional, melainkan cukup melalui interaksi digital (Baehaki & Hipan, 2024). Namun dalam praktiknya, permasalahan hukum sering muncul, misalnya terkait dengan keterlambatan pengantaran, makanan yang tidak sesuai dengan pesanan, pembatalan sepihak, hingga kerugian konsumen akibat kesalahan sistem. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana hukum positif dapat memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen dalam ekosistem jual beli digital.

Idealnya, transaksi jual beli daring melalui layanan GoFood memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak yang terlibat, yakni kenyamanan dan kepastian bagi konsumen, keuntungan bagi penjual makanan, serta penghasilan bagi mitra pengemudi. Dalam kerangka hukum Islam, transaksi ini semestinya mencerminkan asas tolong-menolong dan keadilan, sedangkan dalam hukum positif, transaksi ini seharusnya menciptakan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen (Martinouva et al., 2021). Namun realitas di lapangan menunjukkan adanya banyak permasalahan yang muncul, mulai dari keterlambatan layanan, kerugian konsumen karena pesanan tidak sesuai, hingga kerumitan mekanisme klaim dan tanggung jawab antar pihak. Masalah ini semakin kompleks ketika ditinjau dari perspektif hukum Islam, karena akad yang dilakukan tidak sesuai dengan pola konvensional, serta dari perspektif hukum positif, di mana perlindungan hukum sering kali belum sejalan dengan kebutuhan masyarakat digital. Ketidaksiharian antara idealitas dan realitas inilah yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini, sehingga diperlukan analisis mendalam untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif transaksi dan kontrak jual beli makanan pada layanan GoFood ditinjau dari perspektif hukum Islam dan hukum positif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua aspek utama, yaitu secara akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian hukum kontemporer, khususnya dalam bidang fiqh muamalah dan hukum perdata Indonesia, dengan mengaitkannya pada fenomena digitalisasi transaksi. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi konsumen, pelaku usaha, maupun regulator dalam memahami posisi hukum dan hak-hak mereka dalam ekosistem jual beli daring. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

memberikan landasan normatif, tetapi juga menawarkan solusi atas berbagai problematika yang muncul dalam praktik transaksi digital, sehingga dapat menciptakan sistem yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip hukum yang berlaku, baik dalam perspektif syariah maupun hukum nasional.

Kajian terkait transaksi dan kontrak jual beli makanan pada layanan aplikasi daring seperti GoFood bukanlah isu yang sepenuhnya baru. Penelitian yang dilakukan oleh Diyan Yusri, dkk., dalam artikel berjudul; "*Penerapan Hukum Islam Dalam Praktek Jual Beli Makanan Pada Aplikasi Go-Food*" yang diterbitkan dalam *Journal Economy and Currency Study*, membahas secara khusus bagaimana ketentuan hukum Islam diterapkan dalam praktik jual beli makanan melalui platform digital. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya transaksi melalui GoFood dapat dianggap sah menurut hukum Islam selama memenuhi syarat akad, seperti adanya kerelaan, kejelasan objek, dan tidak terdapat unsur gharar atau riba (Yusri et al., 2023). Persamaan penelitian ini dengan kajian penulis adalah sama-sama menyoroti pentingnya prinsip kejelasan akad dan keterbukaan informasi dalam transaksi daring. Namun perbedaannya terletak pada ruang lingkup: penelitian Yusri dkk. hanya terbatas pada perspektif hukum Islam, sedangkan kajian penulis memperluas analisis dengan membandingkan prinsip-prinsip hukum Islam dengan hukum positif, sehingga lebih komprehensif.

Ikhyar Rizki Harahap, dkk., dalam artikel berjudul; "*Penyelesaian Terhadap Wanprestasi Pengguna Aplikasi Go-Jek Berupa Pembatalan Orderan Sepihak Terhadap Pengemudi (Driver) Go-Food di Wilayah Kota Payakumbuh*" yang diterbitkan dalam jurnal *Wajah Hukum*, menyoroti permasalahan wanprestasi dalam bentuk pembatalan sepihak oleh konsumen terhadap driver GoFood. Penelitian ini menggunakan studi lapangan di wilayah Kota Payakumbuh dengan menggali data empiris dari para driver yang mengalami kerugian akibat pembatalan order secara sepihak. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kasus wanprestasi tersebut, penyelesaian dilakukan melalui mekanisme internal aplikasi maupun penyelesaian kekeluargaan, meskipun perlindungan hukum terhadap driver masih dianggap kurang optimal (Harahap et al., 2023). Persamaan penelitian ini dengan kajian penulis adalah sama-sama mengangkat isu perlindungan pihak yang dirugikan dalam transaksi GoFood. Namun perbedaan mendasarnya, penelitian Harahap dkk. lebih menitikberatkan pada penyelesaian wanprestasi dalam praktik, sedangkan penelitian penulis mengkaji landasan normatif transaksi dan kontrak, baik dari perspektif hukum Islam maupun hukum positif, sehingga fokusnya lebih konseptual dibandingkan kasus empiris.

Nazela Pertiwi dengan karya yang berjudul; "*Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Pembatalan Transaksi Go-Mart Oleh Konsumen*" yang diterbitkan dalam *Journal of Fiqh in Contemporary Financial Transactions*. Penelitian ini menelaah kasus pembatalan transaksi di layanan Go-Mart, yang secara substansi mirip dengan layanan GoFood, yakni sama-sama berbasis pemesanan barang melalui aplikasi. Penulis meninjau pembatalan transaksi tersebut dari sudut pandang hukum Islam, dengan menyoroti aspek kejelasan akad dan hak pembeli untuk mengembalikan barang, serta dari perspektif hukum positif terkait perjanjian elektronik dan perlindungan konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pembatalan transaksi dapat dibenarkan dalam kondisi

tertentu, tetapi berpotensi menimbulkan kerugian jika tidak diatur secara adil (Pertiwi, 2025). Persamaannya dengan kajian penulis adalah sama-sama membandingkan hukum Islam dan hukum positif dalam melihat keabsahan serta perlindungan hukum atas transaksi daring. Akan tetapi, perbedaan mendasarnya adalah penelitian Pertiwi hanya membahas pembatalan transaksi pada layanan Go-Mart, sedangkan kajian penulis memperluas analisis ke transaksi dan kontrak jual beli makanan melalui GoFood secara menyeluruh, bukan hanya pada kasus pembatalan.

Dari uraian beberapa penelitian terdahulu, dapat dilihat adanya celah penelitian (*research gap*) yang perlu diisi. Kajian-kajian sebelumnya cenderung bersifat parsial, baik hanya membahas dari sudut pandang hukum Islam, atau sebatas menyoroti kasus wanprestasi, atau terbatas pada pembatalan transaksi. Belum ada penelitian yang secara komprehensif membahas transaksi dan kontrak jual beli makanan pada layanan GoFood dengan mengintegrasikan analisis hukum Islam dan hukum positif sekaligus, serta melihat bagaimana kedua sistem hukum tersebut dapat saling melengkapi untuk menjawab problematika di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menutup gap tersebut dengan memberikan analisis mendalam mengenai prinsip akad dalam Islam, perjanjian dalam hukum positif, serta problematika praktik di lapangan, sehingga diharapkan dapat menghasilkan kontribusi yang lebih menyeluruh dalam memahami fenomena jual beli digital di Indonesia.

Artikel ini tergolong dalam penelitian pustaka berbasis kualitatif. Metodologi yang digunakan adalah studi hukum normatif. Sumber primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Al-Qur'an, Hadis, Kompilasi Hukum Islam (KHI), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), serta Undang-Undang terkait transaksi elektronik dan perlindungan konsumen di Indonesia (Benuf & Azhar, 2020). Sumber sekunder adalah jurnal dan buku terbitan terbaru yang relevan dengan kajian transaksi jual beli makanan berbasis aplikasi digital. Analisis dilakukan dengan cara menelaah, mengkaji, serta membandingkan perspektif hukum Islam dan hukum positif terhadap praktik transaksi pada layanan GoFood, kemudian mengidentifikasi kesesuaian maupun perbedaannya. Penyusunan naskah dikemas secara deskriptif-analitis dengan argumentasi akademik yang sistematis, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika hukum jual beli makanan dalam layanan digital antara norma Islam dan hukum positif Indonesia.

GoFood; Konsep Jual-Beli dan Perkebangannya

Jual beli merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang paling esensial dalam kehidupan manusia, karena melalui proses inilah kebutuhan pokok maupun kebutuhan tambahan dapat terpenuhi. Pada awalnya, jual beli dilakukan secara langsung melalui pertemuan fisik antara penjual dan pembeli di pasar tradisional maupun toko modern. Namun, perkembangan teknologi informasi telah mengubah wajah transaksi perdagangan, dari pola konvensional menuju pola digital berbasis aplikasi (Najati & Mashdurohatun, 2024). Kehadiran platform daring, khususnya di Indonesia, membuka ruang baru bagi masyarakat untuk melakukan jual beli secara praktis, cepat, dan tanpa batas ruang. Salah satu layanan yang paling menonjol

dalam ranah ini adalah GoFood, yang tidak hanya mempermudah akses masyarakat terhadap makanan dan minuman, tetapi juga mengubah pola konsumsi dan interaksi antara penjual serta konsumen. GoFood pada akhirnya menjelma menjadi ekosistem perdagangan digital yang berpengaruh besar dalam dinamika ekonomi urban, bahkan ikut mendorong perubahan hukum, budaya konsumsi, serta gaya hidup masyarakat perkotaan.

GoFood merupakan salah satu layanan unggulan yang dikembangkan oleh Gojek, sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang kini telah berekspansi menjadi super-app dengan berbagai fitur. Identitas GoFood melekat erat pada konsep food delivery service, yaitu jasa pengantaran makanan yang menghubungkan konsumen dengan restoran, rumah makan, hingga pedagang kecil yang bermitra dengan Gojek. Layanan ini beroperasi melalui aplikasi digital, di mana konsumen dapat memilih makanan, melihat harga, membaca ulasan, dan memesan secara instan (Viqha F. & Izzati, 2020). Penamaan GoFood sendiri mencerminkan misi utamanya: menyediakan layanan makanan dengan akses yang cepat dan mudah bagi semua orang. Dengan dukungan sistem pembayaran digital seperti GoPay, GoFood semakin mempertegas dirinya sebagai bagian integral dari gaya hidup modern masyarakat Indonesia, sekaligus menjadi salah satu ikon ekonomi digital nasional.

Sejarah GoFood bermula pada tahun 2015 ketika Gojek meluncurkan fitur baru berupa layanan pemesanan dan pengantaran makanan. Pada masa itu, tren pemesanan makanan secara daring belum begitu populer di Indonesia, sehingga langkah Gojek dapat disebut sebagai terobosan yang cukup berani. Pada awal peluncurannya, GoFood hanya bekerja sama dengan sejumlah kecil restoran dan warung lokal di kota besar seperti Jakarta (Harahap et al., 2023). Namun, respons masyarakat sangat positif, terutama karena layanan ini dianggap mampu mempermudah konsumen yang sibuk untuk tetap bisa menikmati makanan favorit tanpa harus keluar rumah atau kantor. Perkembangan awal GoFood dipercepat oleh kepraktisan sistem aplikasi, kemudahan pembayaran, serta strategi promosi agresif berupa potongan harga dan ongkos kirim murah. Dari sinilah GoFood perlahan tumbuh menjadi salah satu pilar utama dalam ekosistem Gojek.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap layanan yang praktis, GoFood berkembang sangat pesat. Dari hanya ratusan mitra restoran, kini GoFood telah menggandeng jutaan mitra UMKM kuliner di berbagai kota Indonesia. Tidak hanya itu, GoFood juga menghadirkan fitur-fitur inovatif, seperti rekomendasi makanan berdasarkan lokasi, menu promosi harian, hingga integrasi dengan sistem rating yang memungkinkan konsumen memberikan ulasan langsung terhadap kualitas makanan maupun layanan pengiriman. Perkembangan ini tidak hanya membawa keuntungan bagi konsumen, tetapi juga membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui GoFood, pedagang kecil yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan lokal kini dapat menjangkau konsumen lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional.

Konsep jual beli dalam layanan GoFood secara umum mengikuti pola *e-commerce*, yaitu transaksi dilakukan melalui media digital tanpa adanya tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini, aplikasi GoFood berfungsi sebagai perantara (*intermediary platform*) yang mempertemukan kedua

belah pihak sekaligus menjamin kelancaran transaksi. Konsumen melakukan pemesanan dengan memilih menu makanan, melakukan pembayaran, lalu pihak restoran menyiapkan pesanan yang kemudian diantarkan oleh mitra pengemudi. Dari perspektif hukum, transaksi ini sah sebagai kontrak elektronik, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dengan demikian, jual beli di GoFood bukan hanya sekadar transaksi praktis, tetapi juga bagian dari sistem hukum perdagangan digital yang diakui negara (Kusumo et al., 2023).

Meski GoFood menawarkan banyak kemudahan, kenyataannya masih terdapat sejumlah kendala yang muncul dalam praktiknya. Salah satu masalah yang paling sering dikeluhkan konsumen adalah pesanan yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar pada aplikasi. Banyak kasus di mana makanan yang diterima berbeda ukuran, rasa, atau bahkan jenisnya dari apa yang tercantum di menu digital. Situasi ini menimbulkan potensi gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi, yang dalam hukum Islam maupun hukum positif dapat merugikan konsumen. Hal ini juga menimbulkan persoalan hukum karena konsumen berhak atas informasi yang benar dan tidak menyesatkan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kendala lain yang juga cukup sering terjadi adalah keterlambatan pengiriman. Dalam konteks layanan cepat seperti GoFood, waktu pengantaran menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kepuasan konsumen. Namun, kondisi lalu lintas, cuaca, maupun jumlah pesanan yang menumpuk sering kali menyebabkan keterlambatan pengantaran. Bagi sebagian konsumen, keterlambatan ini tidak hanya menimbulkan ketidaknyamanan, tetapi juga berpotensi merugikan, misalnya ketika makanan sudah tidak layak konsumsi atau konsumen membutuhkannya dalam keadaan mendesak. Dalam konteks hukum, keterlambatan pengiriman dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, di mana salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sesuai perjanjian.

Selain masalah ketidaksesuaian pesanan dan keterlambatan pengiriman, persoalan lain yang muncul adalah kerusakan makanan saat proses pengantaran. Karena sistem GoFood sangat bergantung pada pengemudi sebagai pihak ketiga, kondisi makanan sering kali tidak sampai dalam keadaan sempurna, misalnya tumpah, rusak, atau berubah rasa akibat perjalanan yang terlalu lama. Situasi ini menimbulkan dilema mengenai siapa yang harus bertanggung jawab, apakah pihak restoran, pihak pengemudi, atau penyedia platform GoFood (Santoso et al., 2025). Sengketa seperti ini menuntut adanya mekanisme penyelesaian yang jelas agar konsumen tidak selalu berada pada posisi yang dirugikan.

Dalam mengatasi berbagai masalah tersebut, GoFood telah menyediakan mekanisme perlindungan konsumen yang berbentuk layanan pengaduan dan kompensasi. Konsumen yang merasa dirugikan dapat melaporkan masalah melalui aplikasi, dan GoFood biasanya menyediakan solusi berupa pengembalian dana atau voucher sebagai bentuk ganti rugi. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak konsumen atas produk yang aman, informasi yang jelas, serta ganti rugi jika mengalami kerugian akibat transaksi. Dengan demikian, meskipun kendala di lapangan tetap terjadi, keberadaan aturan hukum dan mekanisme penyelesaian

sengketa membantu menjaga keseimbangan kepentingan antara penjual, pembeli, dan penyedia layanan.

Di luar permasalahan yang ada, GoFood telah memberikan dampak sosial dan ekonomi yang sangat besar bagi masyarakat Indonesia. Dari sisi ekonomi, jutaan UMKM kuliner mendapatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan melalui jangkauan pasar yang lebih luas. Dari sisi sosial, GoFood juga menciptakan lapangan kerja baru bagi mitra pengemudi yang berperan penting dalam sistem distribusi. Selain itu, bagi konsumen, GoFood membawa kemudahan dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, GoFood tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi pengantaran makanan, tetapi juga sebagai bagian dari transformasi digital ekonomi Indonesia.

Transaksi GoFood: Kontrak Jual Beli dalam Hukum Positif

Kontrak jual beli merupakan instrumen yang sangat penting dalam hukum perdata karena mengatur hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli. Dalam praktik konvensional, kontrak ini biasanya diwujudkan secara lisan maupun tertulis, misalnya saat seseorang membeli barang di pasar atau melakukan perjanjian tertulis dalam bentuk dokumen formal. Namun, perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar terhadap mekanisme kontrak tersebut. Kini, kontrak jual beli tidak lagi hanya terjadi secara tatap muka, melainkan juga dapat dilaksanakan melalui media elektronik dengan memanfaatkan aplikasi digital. Salah satu contohnya adalah kontrak elektronik dalam layanan GoFood, sebuah fitur dari aplikasi Gojek yang menyediakan pemesanan serta pengantaran makanan secara daring (Asadul Haq et al., 2023). GoFood menjadi penghubung jutaan konsumen dengan pelaku usaha kuliner, sehingga transaksi jual beli dapat berlangsung cepat, praktis, dan efisien. Dalam perspektif hukum positif Indonesia, kontrak elektronik yang difasilitasi oleh GoFood diakui keberadaannya secara sah, sehingga transaksi yang berlangsung melalui platform ini tidak hanya praktis, tetapi juga memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi semua pihak yang terlibat.

Dalam kerangka hukum positif Indonesia, kedudukan kontrak elektronik sudah ditegaskan melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa kontrak elektronik memiliki kedudukan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Artinya, perjanjian yang terjadi di GoFood, meskipun berbasis aplikasi digital, tetap sah dan mengikat layaknya kontrak tertulis. Hal ini menunjukkan adanya pengakuan negara terhadap perubahan bentuk transaksi yang lahir akibat perkembangan teknologi. Dengan dasar hukum ini, setiap kali konsumen menekan tombol “pesan” di aplikasi GoFood dan penjual menerima serta menyiapkan makanan, sesungguhnya lahir sebuah kontrak jual beli elektronik yang memiliki kekuatan hukum. Keabsahan kontrak ini juga ditopang oleh asas kebebasan berkontrak, yang memberikan keleluasaan bagi para pihak untuk menentukan isi dan bentuk kontrak sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, transaksi digital melalui GoFood tidak hanya praktis, tetapi juga mendapatkan legitimasi penuh dari sistem hukum nasional.

Asas kebebasan berkontrak sendiri memiliki peran sentral dalam mendukung keberlangsungan transaksi di GoFood. Prinsip ini diatur dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Dalam konteks GoFood, asas ini tampak nyata ketika konsumen memilih makanan yang diinginkan, menentukan metode pembayaran baik secara tunai maupun non-tunai, serta menyetujui syarat-syarat yang berlaku dalam aplikasi (Harahap et al., 2023). Di sisi lain, merchant berkewajiban menyiapkan makanan sesuai pesanan, sementara mitra pengemudi berperan sebagai pihak ketiga yang melaksanakan pengantaran barang. Semua unsur ini membentuk suatu hubungan hukum yang sah dan mengikat. Dengan kata lain, kebebasan berkontrak memberi keleluasaan bagi penjual dan pembeli dalam menentukan objek perjanjian sekaligus menjadi dasar hukum sahnya kontrak jual beli elektronik dalam layanan GoFood.

Namun, suatu kontrak jual beli hanya dapat dianggap sah apabila memenuhi syarat-syarat tertentu yang telah diatur dalam hukum perdata. Pertama, harus ada persetujuan dari kedua belah pihak. Dalam layanan GoFood, hal ini tercermin ketika konsumen menekan tombol "pesan" dan merchant menerima notifikasi serta mulai menyiapkan makanan. Kedua, pihak-pihak yang terlibat harus cakap menurut hukum, artinya telah dewasa dan tidak berada dalam pengampunan. Ketiga, objek perjanjian harus jelas, yakni berupa makanan atau minuman tertentu yang tercantum dalam aplikasi. Keempat, tujuan perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum. Jika syarat-syarat ini dipenuhi, maka kontrak jual beli yang lahir dari layanan GoFood sah dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak tradisional. Penegasan ini penting karena memberikan kepastian hukum bagi para pihak serta mencegah terjadinya transaksi yang berpotensi cacat hukum.

Sebagai platform digital, GoFood tidak hanya bertindak sebagai perantara, tetapi juga memiliki peran penting dalam menjamin kelancaran pelaksanaan kontrak jual beli elektronik. Aplikasi GoFood menyediakan informasi detail terkait produk yang ditawarkan, seperti nama menu, harga, ongkos kirim, estimasi waktu pengantaran, hingga metode pembayaran yang tersedia. Semua informasi ini menjadi substansi kontrak elektronik karena menjadi dasar bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Apabila informasi yang diberikan tidak sesuai dengan kenyataan, maka dapat timbul permasalahan hukum berupa wanprestasi (Pertiwi, 2025). Oleh karena itu, akurasi dan transparansi informasi bukan hanya persoalan teknis aplikasi, melainkan juga persoalan hukum yang menentukan sah atau tidaknya kontrak. Dalam hal ini, GoFood berkewajiban untuk memastikan agar seluruh informasi yang ditampilkan dalam aplikasinya benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Kendati demikian, pelaksanaan kontrak jual beli di GoFood tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Dalam praktik sehari-hari sering muncul persoalan yang berpotensi menimbulkan sengketa antara konsumen, penjual, dan pihak pengemudi. Misalnya, makanan yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi di aplikasi, terdapat keterlambatan dalam pengiriman, atau bahkan makanan rusak dalam perjalanan. Permasalahan semacam ini menimbulkan pertanyaan hukum mengenai siapa yang harus bertanggung jawab terhadap kerugian konsumen.

Dalam perspektif hukum perdata, keadaan tersebut dikategorikan sebagai wanprestasi, yakni ketidakmampuan salah satu pihak dalam memenuhi kewajibannya sebagaimana telah disepakati dalam kontrak. Dengan demikian, diperlukan adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas agar hak-hak konsumen tetap terlindungi dan para pihak dapat menyelesaikan perbedaan secara adil.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi GoFood juga dikuatkan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menegaskan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait barang atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, konsumen juga berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan kontrak (Baehaki & Hipan, 2024). Hal ini berarti bahwa GoFood tidak bisa sepenuhnya melepaskan tanggung jawab hanya dengan dalih sebagai perantara. Sebagai penyedia platform, GoFood harus menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif, misalnya dengan memberikan kompensasi berupa *refund*, voucher, atau penggantian lainnya. Dengan cara ini, hak-hak konsumen tetap terlindungi dan kepercayaan terhadap layanan daring dapat terjaga dengan baik.

Kompleksitas kontrak jual beli dalam layanan GoFood semakin bertambah dengan adanya keterlibatan mitra pengemudi. Walaupun pengemudi bukan pihak utama dalam kontrak antara konsumen dan merchant, mereka memiliki peranan krusial dalam melaksanakan perjanjian, yaitu mengantarkan makanan kepada konsumen. Masalah hukum muncul ketika terjadi keterlambatan pengantaran atau kerusakan makanan dalam perjalanan, karena posisi pengemudi sering kali dianggap berada di wilayah abu-abu. Mereka bukan pihak utama dalam kontrak, namun kontribusinya tidak bisa diabaikan. Dalam situasi seperti ini, GoFood biasanya berperan sebagai mediator untuk menyelesaikan sengketa secara adil tanpa merugikan salah satu pihak. Meskipun demikian, dari perspektif hukum positif, persoalan tanggung jawab pengemudi masih perlu diatur lebih rinci agar tidak menimbulkan ketidakpastian hukum.

Dampak positif dari kontrak jual beli elektronik melalui GoFood sangat signifikan terhadap perkembangan ekonomi digital Indonesia. Bagi merchant, kontrak ini membuka peluang untuk memperluas pasar tanpa harus menambah biaya promosi besar-besaran. Bagi konsumen, kontrak elektronik memberikan kepastian hukum, efisiensi waktu, dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Baehaki & Hipan, 2024). Sementara itu, bagi mitra pengemudi, kontrak ini menjadi dasar kerja sama yang memberikan penghasilan tambahan. Ekosistem digital yang tercipta melalui GoFood menunjukkan bahwa kontrak jual beli elektronik tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Hal ini memperlihatkan bahwa hukum positif Indonesia mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sehingga transaksi digital dapat terlaksana dengan tertib, adil, dan bermanfaat.

Analisis Hukum Islam

Dalam hukum Islam, akad jual beli (*al-bay'*) merupakan salah satu bentuk muamalah yang paling sering dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Aktivitas ini tidak hanya sekadar pertukaran barang dengan nilai uang, tetapi juga merupakan bagian dari interaksi sosial yang membawa dampak pada kemaslahatan umat. Oleh karena itu, Islam memberikan perhatian besar terhadap jual beli dengan mengaturnya secara jelas dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, dan kaidah fikih. Prinsip dasar dari akad jual beli adalah tercapainya keadilan, kejujuran, serta keterbukaan antara para pihak. Jika salah satu prinsip ini dilanggar, maka akad dapat dinyatakan tidak sah (Setyomurni & Faudi, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa tujuan muamalah bukan hanya untuk memperoleh keuntungan materi, tetapi juga menjaga keharmonisan sosial dan menghindari kerugian bagi salah satu pihak. Dalam perspektif Islam, transaksi yang sah adalah transaksi yang dilakukan dengan penuh keikhlasan, transparansi, serta menghindarkan diri dari praktik-praktik yang diharamkan. Karena itu, kontrak jual beli menjadi salah satu instrumen penting dalam menjaga tatanan ekonomi masyarakat Muslim agar tetap berada dalam koridor syariat.

Prinsip pertama yang ditekankan Islam dalam akad jual beli adalah kejujuran (*shidq*). Kejujuran menjadi syarat mutlak dalam setiap transaksi, karena tanpa adanya kejujuran, maka akan timbul kecurangan, penipuan, dan kerugian yang pada akhirnya merusak tujuan utama jual beli itu sendiri. Dalam konteks modern, khususnya pada layanan digital seperti GoFood, prinsip kejujuran ini harus terwujud dalam penyampaian informasi produk. Penjual berkewajiban menampilkan foto makanan, deskripsi, komposisi, serta harga sesuai dengan kondisi nyata. Jika penjual menampilkan gambar yang tidak sesuai, menutupi cacat produk, atau memberikan informasi yang menyesatkan, maka akad tersebut berpotensi cacat hukum menurut syariah. Praktik seperti ini termasuk dalam kategori *tadlis* (penipuan) yang tegas dilarang dalam Islam. Rasulullah SAW sendiri pernah bersabda bahwa orang yang menipu bukanlah bagian dari golongan umatnya. Maka jelas, kejujuran bukan hanya syarat moral, tetapi juga syarat hukum yang menentukan sah atau tidaknya kontrak dalam Islam.

Selain kejujuran, prinsip kedua yang sangat penting adalah keadilan (*'adl*). Dalam hukum Islam, keadilan berarti tidak boleh ada pihak yang merasa dirugikan atau ditindas dalam sebuah transaksi. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas barang dan tidak menimbulkan eksploitasi terhadap pembeli. Misalnya, dalam layanan GoFood, harga makanan yang dijual harus wajar, tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah sehingga merugikan salah satu pihak. Jika harga dinaikkan secara tidak wajar tanpa alasan yang jelas, maka hal itu bertentangan dengan prinsip keadilan (Fachrurrozie et al., 2023). Hal ini sesuai dengan firman Allah;

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa: 58)

Ayat di atas menegaskan pentingnya berlaku adil dalam setiap muamalah. Ayat tersebut tidak hanya berlaku dalam ranah peradilan, tetapi juga dalam interaksi ekonomi sehari-hari, termasuk jual beli melalui platform digital. Dengan kata lain, setiap pelaku usaha dalam GoFood dituntut untuk menjaga keadilan harga dan kualitas produk agar transaksi tetap membawa maslahat bagi kedua belah pihak.

Prinsip berikutnya adalah ketentuan yang jelas (*musharraf*). Islam mensyaratkan bahwa objek akad harus diketahui secara pasti oleh kedua belah pihak, baik jenis, jumlah, maupun kualitasnya. Hal ini bertujuan untuk mencegah timbulnya perselisihan di kemudian hari. Dalam praktik transaksi GoFood, ketentuan yang jelas ini difasilitasi dengan adanya deskripsi makanan, daftar harga, pilihan menu, hingga estimasi waktu pengantaran. Namun, dalam kenyataannya sering ditemukan kasus makanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau foto yang ada di aplikasi. Ketidaksesuaian ini menimbulkan gharar (ketidakpastian) yang dilarang dalam Islam. Misalnya, ketika makanan yang ditampilkan dalam foto terlihat berkualitas, tetapi barang yang datang dalam kondisi jauh berbeda, maka hal tersebut merusak kejelasan akad. Dengan demikian, kejelasan kontrak menjadi elemen vital untuk menjamin sahnya transaksi, karena tanpa kejelasan, akad dapat dianggap batal demi hukum syariah.

Larangan terhadap riba juga menjadi prinsip yang sangat mendasar dalam hukum Islam. Riba didefinisikan sebagai tambahan yang diperoleh secara batil tanpa adanya transaksi yang sah. Dalam jual beli, setiap bentuk keuntungan yang tidak didasarkan pada kesepakatan yang jelas dan adil termasuk riba. Oleh karena itu, dalam layanan GoFood, mekanisme pembayaran harus bebas dari unsur riba. Sistem pembayaran melalui tunai atau e-wallet seperti GoPay dinilai sah selama tidak ada bunga tersembunyi atau tambahan yang tidak sah (Kedah, 2023). Jika GoFood atau merchant mengenakan biaya tambahan yang tidak jelas sumber dan alasannya, maka hal itu termasuk riba yang dilarang keras dalam Islam. Dengan demikian, pengelolaan biaya tambahan harus transparan, misalnya biaya pengantaran atau layanan, agar tidak melanggar prinsip syariah.

Selain itu, Islam juga melarang adanya *gharar* atau ketidakpastian berlebihan dalam kontrak. Gharar terjadi jika objek akad tidak jelas, seperti menjual barang yang belum ada atau tidak diketahui sifatnya. Dalam praktik GoFood, gharar bisa muncul ketika penjual menampilkan produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, atau bahkan gagal mengirimkan pesanan. Akad semacam ini dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dan berpotensi batal menurut hukum Islam. Oleh karena itu, keterbukaan informasi menjadi instrumen utama untuk menghindari gharar. Dengan adanya teknologi aplikasi, seharusnya gharar dapat diminimalisir karena semua informasi produk sudah tersedia. Namun, kejujuran dari pihak merchant tetap menjadi faktor penentu apakah akad tersebut sah atau tidak.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) menegaskan prinsip-prinsip ini melalui Fatwa No. 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang jual beli online berdasarkan prinsip syariah. Fatwa ini menekankan bahwa pembeli berhak membatalkan akad apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang dijanjikan (Riyadi, 2025). Dengan kata lain, hak pembeli untuk mendapatkan

produk sesuai deskripsi adalah perlindungan hukum yang dijamin oleh syariah. Hal ini selaras dengan hadis Nabi Muhammad SAW: *“La dharar wa la dhirar”* (tidak boleh menimbulkan mudharat dan tidak boleh membalas mudharat dengan mudharat). Hadis ini menjadi fondasi etika bisnis dalam Islam, bahwa setiap bentuk transaksi yang merugikan konsumen dapat dibatalkan demi menjaga kemaslahatan. Maka, jelaslah bahwa hukum Islam tidak hanya memberi aturan kaku, tetapi juga memberikan perlindungan nyata terhadap hak-hak konsumen.

Dalam praktik transaksi GoFood, terdapat tiga pihak utama yang terlibat, yaitu penjual (merchant), pembeli (konsumen), dan pihak ketiga berupa mitra pengemudi. Menurut hukum Islam, tanggung jawab utama tetap berada pada penjual, karena ia yang menyediakan produk. Namun, karena transaksi dilakukan melalui platform digital, maka GoFood sebagai penyedia layanan juga memikul tanggung jawab untuk menjaga keadilan dan keamanan transaksi. GoFood berkewajiban memastikan data pengguna terlindungi, menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif, serta menengahi sengketa antara pembeli dan penjual. Dengan demikian, akad jual beli dalam GoFood bukan hanya hubungan bilateral, tetapi juga melibatkan peran pihak ketiga yang memfasilitasi transaksi agar lebih aman dan adil.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan masih banyak merchant yang melanggar prinsip syariah. Peneliti menemukan kasus di mana makanan yang diterima konsumen jauh berbeda dari deskripsi di aplikasi. Bahkan ada yang kualitasnya tidak layak konsumsi. Dalam hukum Islam, akad semacam ini dapat dinyatakan batal karena mengandung unsur penipuan dan gharar. Pada beberapa oknum penjual misalnya, memperlihatkan bahwa sebagian merchant tidak jujur dalam menampilkan produknya, sehingga konsumen merasa dirugikan (Asadul Haq et al., 2023). Hal ini menjadi pelajaran penting bahwa teknologi aplikasi saja tidak cukup, melainkan harus dibarengi dengan integritas pelaku usaha. Tanpa itu, maka tujuan syariah dalam menciptakan transaksi yang adil tidak tercapai.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dikatakan bahwa kontrak jual beli melalui layanan GoFood dapat dinyatakan sah menurut hukum Islam selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, yakni kejujuran, keadilan, kejelasan, bebas dari riba, dan bebas dari gharar. Namun, jika salah satu prinsip ini dilanggar, maka akad menjadi cacat dan tidak sah. Kasus-kasus yang ditemukan di lapangan memperlihatkan bahwa masih banyak merchant yang belum sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip syariah, sehingga konsumen sering dirugikan. Oleh karena itu, penting bagi GoFood sebagai penyedia platform untuk memperketat pengawasan terhadap mitra usaha. Dengan demikian, kontrak jual beli dalam platform digital bukan hanya sekadar transaksi bisnis, tetapi juga bentuk tanggung jawab moral dan hukum yang harus sesuai dengan syariat Islam demi menciptakan keadilan, keamanan, dan kemaslahatan bersama.

Kesimpulan

Praktik jual beli melalui platform digital pada dasarnya sah selama terpenuhi rukun dan syarat akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam. Dalam konteks hukum Islam, transaksi ini dapat dikategorikan sebagai akad jual beli dengan perantara (simsar), di mana pihak penyedia layanan GoFood bertindak

sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Hal ini sejalan dengan prinsip kebolehan akad dalam Islam selama tidak mengandung unsur gharar, riba, atau maisir. Meskipun dalam praktiknya terdapat keterbatasan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli, sistem aplikasi mampu menghadirkan ijab dan qabul dalam bentuk digital yang sah secara hukum Islam, serta menghadirkan kepastian terkait barang, harga, dan manfaat yang diperoleh.

Sementara itu, dalam hukum positif Indonesia, transaksi melalui GoFood termasuk ke dalam kontrak elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer). Kontrak tersebut dianggap sah apabila memenuhi unsur kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Adanya sistem pembayaran digital dan perlindungan konsumen dalam regulasi Indonesia juga memperkuat keabsahan serta keamanan hukum bagi para pihak yang terlibat. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa transaksi jual beli makanan melalui GoFood tidak hanya sesuai dengan prinsip hukum Islam, tetapi juga mendapatkan legitimasi dari hukum positif, sehingga dapat memberikan kepastian hukum, kenyamanan, dan perlindungan bagi masyarakat dalam memanfaatkan layanan ekonomi digital.

Referensi

- Asadul Haq, U., Jasmit, R. E., & Kusuma, F. (2023). Analisis Praktik Akad pada Transaksi Layanan Gofood dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JKUES: Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah*, 7(1), 20–28.
<https://doi.org/10.56184/jkues.v7i1.247>
- Baehaki, K., & Hipan, M. M. (2024). Perlindungan Hukum Driver Ojek Online Terhadap Orderan Fiktif Konsumen Pada Transaksi Elektronik Food and Shop. *Jurnal Media Hukum*, 12(2), 96–105.
<https://doi.org/10.59414/jmh.v12i2.728>
- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer. *Gema Keadilan*, 7(1), 20–33.
- Fachrurrozie, Muhsin, Nurkhin, A., Mukhibad, H., & Daud, N. M. (2023). Determinants of Halal Food Purchase Decisions for GoFood and ShopeeFood Users. *Innovative Marketing*, 19(1), 113–125.
[https://doi.org/10.21511/im.19\(1\).2023.10](https://doi.org/10.21511/im.19(1).2023.10)
- Harahap, I. R., Syuryani, S., & Rusli, B. (2023). Penyelesaian Terhadap Wanprestasi Pengguna Aplikasi Go-Jek Berupa Pembatalan Orderan Sepihak Terhadap Pengemudi (Driver) Go-Food Di Wilayah Kota Payakumbuh. *Wajah Hukum*, 7(2), 575–583. <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i2.1202>
- Hermawan, A., Susanti, E., & Hidayatullah, S. (2018). Legal Protection of Go-Jek Drivers Experiencing Damages Due to Fictive Orders in the Go-Food Menu on the Go-Jek Application. *Mulawarman Law Review*, 3(2), 124–132.
<https://doi.org/10.30872/mulrev.v3i2.117>
- Kedah, Z. (2023). Use of E-Commerce in The World of Business. *Sabda Journal: Startuppreneur Business Digital*, 2(1), Article 1.
<https://doi.org/10.33050/sabda.v2i1.273>

- Kusumo, O. A., Indrayanti, K. W., Mulyono, G. P., & Laila, K. (2023). Perlindungan Hukum Driver Gofood terhadap Pembatalan Pesanan oleh Konsumen dengan Metode Cash on Delivery. *Bhirawa Law Journal*, 4(1), 78–86. <https://doi.org/10.26905/blj.v4i1.10339>
- Mahfud, M. (2021). Keabsahan Akad dalam Transaksi Go-Food Menurut Islam. *Idealita: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 1(2), 36–50. <https://doi.org/10.62525/10.62525/idealita.2021.v1.i2.36-50>
- Martinouva, R. A., Sukardi, D. H., & Hadi, S. N. (2021). Perlindungan Konsumen terhadap Pelaksanaan Perjanjian Layanan Pemesanan Makanan Melalui Ojek Online di Bandar Lampung. *Jurnal Supremasi*, 70–78. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v11i1.1241>
- Najati, F. A., & Mashdurohatun, A. (2024). The Comparative Analysis of Consumer Protection Regulations in E-Commerce Transactions in Indonesia, Singapore and Malaysia. *Law Development Journal*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.30659/ldj.6.2.200-213>
- Pertiwi, N. (2025). Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Pembatalan Transaksi Go-Mart oleh Konsumen. *Journal of Fiqh in Contemporary Financial Transactions*, 3(2), 105–120. <https://doi.org/10.61111/jfcft.v3i2.1009>
- Riyadi, S. S. (2025). Fatwa DSN-MUI Tentang Online Shop Syariah Perspektif Maqashid Syariah: (Analisis Maqashid Syariah Pendekatan Sistem Jasser Audah). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.5145>
- Santoso, T. G. A., Atmadja, S. S., Kustiningsih, N., & Amriel, E. E. Y. (2025). Dampak Aplikasi GoFood Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Nagesushi. *Jurnal Hilirisasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.962>
- Setyomurni, T. A., & Faudi, R. (2023). Analisis Hybrid Contract Syariah pada Transaksi Go-Food. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 165–183. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.16735>
- Viqha F., & Izzati, B. M. (2020). Analysis of Customer Behavior in Mobile Food Ordering Application Using UTAUT Model (Case Study: GoFood Application). *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 4(1), 23–34.
- Yusri, D., Sidek, A., & Syahputra, I. (2023). Penerapan Hukum Islam Dalam Praktek Jual Beli Makanan pada Aplikasi Go-Food. *J ECS; Journal Economy and Currency Study*, 5(2), 21–26. <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i2.1431>