

ANALISIS BENTUK AKAD DALAM PERJANJIAN KERJA SAMA GRABFOOD INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF FIKIH MUAMALAH (STUDI KASUS MITRA GRABFOOD DI KECAMATAN CILEUNGSI)

Zulchulaefa¹, Abdul Rochim², Bapak Ahmad Muti³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Syariah (STIS) Alwafa

zulchulaefa.s@gmail.com

ABSTRACT; *This research is motivated by looking at the phenomenon of online business development, one of which is the Grabfood Indonesia partnership between the Grab company and Grabfood partner merchants. The number of Grabfood partner merchants in Indonesia continues to increase and in 2019 it has reached 5 million micro entrepreneurs. However, it is feared that there is an element of gharar in this partnership because it depends on the merchant's income from the application. For this reason, it is necessary to analyze more deeply the form of contract that applies. It is known that the majority of Indonesia's population is Muslim and in doing business, business actors must ensure that transactions are carried out in accordance with sharia principles, so based on this phenomenon, a legal analysis of muamalah jurisprudence is needed on the mechanisms and forms of contracts in this Grabfood Indonesia collaboration. The research results show that; 1) The implementation of the agreement between the Grab company and its partners is carried out online and written in an electronic contract. The collaboration agreement between Grab and Grabfood sellers or partners is a service agreement penggunaan aplikasi untuk tujuan penjualan secara online dan layanan pengantaran makanan dan/atau minuman milik mitra. Atas jasa penyediaan layanan aplikasi, maka Grab berhak menerima biaya jasa sebesar 20% dari hasil penjualan mitra Grabfood di aplikasi Grab. 2) Dalam fikih muamalah pelaksanaan akad atau perjanjian dengan menggunakan metode elektronik diperbolehkan. Hal ini berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Mengenai bentuk akad dalam perjanjian kerja sama Grabfood ini termasuk dalam akad ijarah jika terdapat transaksi penjualan melalui aplikasi Grabfood dan termasuk akad ariyah jika tidak ada transaksi dan keuntungan yang diperoleh perusahaan Grab karena dalam hal ini mitra hanya meminjam aplikasi untuk melakukan penjualan online. Penerapan akad ijarah yang dipraktekkan pada kerjasama Grabfood antara perusahaan Grab dan mitra Grabfood di kecamatan Cileungsi sudah memenuhi rukun dan syarat akad ijarah.*

Keywords: *Muamalah Fiqh Ijarah Agreement, Grabfood Collaboration.*

ABSTRAK; Penelitian ini dilatarbelakangi dengan melihat fenomena berkembangnya bisnis online salah satunya kerja sama kemitraan Grabfood Indonesia antara perusahaan Grab dan merchant mitra Grabfood. Jumlah merchant mitra Grabfood di Indonesia terus meningkat dan pada tahun 2019 telah mencapai 5 juta pengusaha mikro. Namun ujah dalam kemitraan ini dikhawatirkan terdapat unsur gharar karena bergantung pada pendapatan merchant dalam aplikasi. Untuk

itu perlu dianalisis lebih dalam mengenai bentuk akad yang berlaku. Diketahui bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan dalam berbisnis pelaku usaha harus memastikan transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan sebuah analisis hukum fikih muamalah atas mekanisme serta bentuk akad dalam kerja sama Grabfood Indonesia ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Pelaksanaan akad antara perusahaan Grab dengan mitranya dilakukan secara online dan tertulis dalam sebuah kontrak elektronik. Perjanjian kerjasama antara Grab dengan penjual atau mitra Grabfood merupakan perjanjian layanan penggunaan aplikasi untuk tujuan penjualan secara online dan layanan pengantaran makanan dan/atau minuman milik mitra. Atas jasa penyediaan layanan aplikasi, maka Grab berhak menerima biaya jasa sebesar 20% dari hasil penjualan mitra Grabfood di aplikasi Grab. 2) Dalam fikih muamalah pelaksanaan akad atau perjanjian dengan menggunakan metode elektronik diperbolehkan. Hal ini berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Mengenai bentuk akad dalam perjanjian kerja sama Grabfood ini termasuk dalam akad ijarah jika terdapat transaksi penjualan melalui aplikasi Grabfood dan termasuk akad ariyah jika tidak ada transaksi dan keuntungan yang diperoleh perusahaan Grab karena dalam hal ini mitra hanya meminjam aplikasi untuk melakukan penjualan online. Penerapan akad ijarah yang dipraktekkan pada kerjasama Grabfood antara perusahaan Grab dan mitra Grabfood di kecamatan Cileungsi sudah memenuhi rukun dan syarat akad ijarah.

Kata Kunci: Keadilan Restoratif, Penjatuhan Hukuman, Hakim.

PENDAHULUAN

Menurut hasil survei online yang telah dilakukan oleh perusahaan riset digital Snapcart Indonesia, Grabfood menempati posisi pertama sebagai pasar industri pesan-antar makanan (*e-delivery*) pada konsumen dan *merchant* di Indonesia. *Merchant* Grabfood menghasilkan pendapatan harian tertinggi. Hasil riset menunjukkan 82% restoran dan pedagang makanan-minuman bekerja sama dengan layanan Grabfood, diikuti Go-Food (71%), dan ShopeeFood (28%) (Media Indonesia, 2021).

Diketahui bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sehingga berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan sebuah analisis hukum Islam atas mekanisme transaksi dalam kerjasama Grabfood Indonesia ini. Ada hal-hal yang perlu disoroti dalam transaksi bisnis secara online terutama mengenai mekanisme akad yang digunakan. Jika dilihat dari praktiknya, kemitraan dalam Grab juga sekilas mirip dengan akad ijarah. Ijarah adalah akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa yang disertai dengan imbalan atas objek sewa (Nurkalimah et al., 2018). Dalam hal ini bisa diasumsikan bahwa Grab sebagai pihak yang menyewakan *platform* aplikasi Grab untuk mempromosikan dagangan mitra Grabfood, dan

mitra Grabfood sebagai pihak penyewa, atas jasa promosi tersebutlah pihak mitra memberikan upah sewa sebesar 20% dari setiap transaksi penjualan. Namun dalam hal ini terdapat ketidakjelasan dalam hal *ujroh* yang diterima pihak Grab karena *ujroh* didasarkan pada pendapatan mitra penjual dalam aplikasi sehingga dikhawatirkan terdapat unsur *gharar*.

Para pelaku usaha yang menjalankan bisnis wajib mengetahui bentuk akad yang berlaku dalam kerja sama kemitraan dalam Grab ini. Dalam Islam akad adalah sebuah bingkai dari transaksi karena melalui Akad berbagai kegiatan bisnis dan usaha dapat dijalankan. Dan terbentuknya suatu akad (perjanjian) harus memenuhi rukun dan syarat akad yang telah ditetapkan oleh syariah (Budiwati, 2018).

Dalam berbisnis pelaku usaha harus benar-benar memastikan transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Terlebih lagi Indonesia sebagai negara dengan tingkat populasi muslim terbesar di dunia maka sudah seharusnya masyarakatnya memahami dan meneliti lebih lanjut tentang berbagai model bisnis baru yang berkembang. Atas dasar permasalahan yang telah dipaparkan diatas, yakni belum diketahuinya bentuk akad dalam kerja sama kemitraan GrabFood dan adanya potensi *ujrah* yang tidak jelas serta maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian untuk mengkaji pelaksanaan akad yang ada dalam kerja sama kemitraan GrabFood agar dapat diketahui jenis akad serta pemenuhan rukun dan syaratnya yang diangkat dalam sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis bentuk Akad Dalam Kerjasama Kemitraan Grab ditinjau Perspektif Fikih Muamalah (Studi Kasus Mitra GrabFood di Kecamatan Cileungsi)**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Akad Ijarah

A. Pengertian Akad Ijarah

Secara bahasa, *al-ijarah* (الْإِجَارَةُ) berasal dari kata *al-ajru* (الْأَجْرُ) yang artinya upah atau imbalan. Dalam syariat, yang dimaksud dengan *ijarah* adalah akad untuk mendapatkan manfaat disertai dengan adanya imbalan atas manfaat tersebut. Secara syara', *ijarah* diartikan sebagai akad atas suatu manfaat yang mubah (diperbolehkan) dan diketahui yang digunakan sedikit demi sedikit selama jangka waktu tertentu dari barang yang diketahui atau barang yang diberi kriteria dalam tanggungan, atau akad atas pekerjaan tertentu dengan upah tertentu (Sabiq, 2009).

Pengertian *ijarah* dalam Fatwa DSN-MUI adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri (DSN MUI 09, 2000).

B. Dasar Hukum Ijarah

1) Landasan Al-Qur'an

Surah Al-Baqarah [2]: ayat 233:

.... فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا ۖ وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا اتَّيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

"Dan jika kamu ingin menyusuhkan anakmu kepada orang lain, maka tidak berdosa jika kamu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat terhadap yang kamu kerjakan."

2) Landasan Hadits

كُنَّا نُكْرِي الْأَرْضَ بِمَا عَلَى السَّوَاقِي مِنَ الزَّرْعِ وَمَا سَعِدَ بِالْمَاءِ مِنْهَا، فَتَنَاهَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ عَنْ ذَلِكَ وَأَمَرَنَا أَنْ نُكْرِيَهَا بِذَهَبٍ أَوْ فِصَّةٍ

"Kami pernah menyewa tanah dan membayarnya dengan hasil pertanian; maka Rasulullah melarang kami atas hal tersebut dan memerintahkan agar kami membayar sewanya dengan emas atau perak."

C. Rukun dan Syarat Ijarah

1. Ajir dan Musta'jir

Ajir adalah orang yang memberikan upah atas pekerjaan dan yang memberi sewa (menyewakan), sedangkan *musta'jir* adalah orang menerima upah atas pekerjaan dan orang menyewa sesuatu. *Ajir* dan *musta'jir* disyaratkan harus seorang yang berakal, baligh, cakap dalam hal mengelola harta (*tasharruf*), dan keduanya saling ridha. Selain itu, pihak-pihak yang melakukan akad *ijarah* juga disyaratkan mengetahui masa sewa dan manfaat dari barang yang menjadi objek akad dengan sempurna, agar mencegah terjadinya perselisihan dikemudian hari dan juga. Pada akad *ijarah* berupa sewa jasa maka pemberi kerja harus menjelaskan secara jelas mengenai rentang waktu dan objek kerja seperti menggembala, mencangkul, menjahit, dan lain-lain (Suhendi, 2016).

2. Shigat Ijab Kabul

Shigat yaitu tercapainya akad *ijarah* dengan dilaksanakannya ijab dan Kabul. Dalam *shigat* disyaratkan adanya kesesuaian antara Kabul dengan ijab. *Shigat* ijab dan kabul yang dilakukan oleh *mu'jir* dan *musta'jir* yaitu ijab berupa sewa-menyewa ataupun upah-mengupah. Ijab dalam sewa-menyewa, contohnya: “Saya sewakan rumah ini kepada kamu setiap bulan dengan harga Rp1.000.000,00”, maka untuk kabulnya *musta'jir* menjawab “Saya terima sewa rumah tersebut dengan harga demikian untuk setiap bulannya”. Kemudian untuk ijab dalam upah-mengupah contohnya seseorang pemberi kerja berkata, “Saya serahkan kebunku ini untuk engkau cangkuli dengan upah Rp10.000,00 setiap harinya”, kemudian untuk kabulnya *musta'jir* menjawab “Saya akan lakukan pekerjaan tersebut sesuai dengan apa yang kau ucapkan” (Suhendi, 2016).

3. *Ujrah*

Ujrah atau upah dalam akad *ijarah* disyaratkan harus berupa harta yang bernilai dan diketahui dengan jelas jumlahnya oleh kedua pihak yang berakad, baik dalam sewa-menyewa maupun upah-mengupah. Selain itu, upah dalam *ijarah* tidak boleh berbentuk manfaat yang serupa dengan objek akad. Misalnya sewa-menyewa rumah dibayar dengan rumah juga, atau jasa dibayar dengan jasa (Az-Zuhaili, 2016).

4. Barang yang disewakan atau sesuatu yang dikerjakan dalam upah-mengupah, mempunyai beberapa syarat sebagai berikut:
 - a. Barang yang menjadi objek akad sewa- menyewa dan upah-mengupah hendaklah sesuatu yang bisa yang mempunyai nilai manfaat atau dapat digunakan.
 - b. Barang yang menjadi objek akad sewa-menyewa dapat diserahterimakan kepada penyewa.
 - c. Manfaat dari barang yang menjadi objek sewa adalah sesuatu yang menurut syara' adalah boleh (mubah) dan bukan sesuatu yang diharamkan (dilarang).
 - d. Barang yang menjadi objek sewa disyaratkan zatnya bersifat lama atau awet hingga waktu yang ditentukan sesuai perjanjian dalam akad (Az-Zuhaili , 2016).

D. **Macam-Macam *Ijarah***

1. *Ijarah* atas pekerjaan (upah mengupah), yakni berhubungan dengan sewa jasa. Salah satu pihak menyewa jasa seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu kemudian orang melakukan pekerjaan tersebut diberi *ujrah* atau upah atas pekerjaannya.

2. *Ijarah* atas manfaat (sewa menyewa), yakni yang berhubungan dengan sewa properti atau asset. *Ijarah* jenis ini merupakan akad pemindahan hak untuk pemakaian dan penggunaan suatu asset atau properti tertentu kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa. Bentuk *ijarah* sewa aset ini hampir sama dengan *leasing* (sewa) pada bisnis konvensional (Zuhaili, 2016).

E. Berakhirnya Ijarah

1. Meninggalnya salah satu pihak yang melakukan akad. Menurut Hanafiyah *ijarah* dihukumi berakhir jika salah satu pelaku akad meninggal karena manfaat dalam *ijarah* terjadi secara bertahap sehingga jika *muwarrits* meninggal maka manfaat objek *ijarah* menjadi habis, yang artinya tidak menjadi miliknya karena itu mustahil untuk diwariskan. Oleh karena itu, akad *ijarah* harus diperbarui oleh ahli waris. Sedangkan menurut jumhur ulama, akad *ijarah* tidak batal dengan meninggalnya salah satu pelaku, sebab akadnya bersifat mengikat (lazim) seperti jual beli. Artinya penyewa memiliki hak guna yang lazim atas manfaat objek akad, sehingga dapat diwariskan (Az-Zuhaili, 2016).
2. Adanya pembatalan akad. Akad *ijarah* termasuk dalam akad *mu'awadhadh* yang terjadinya tukar menukar harta dengan harta, sehingga para pelaku akad memungkinkan untuk membatalkan akad seperti halnya pada jual beli (Az-Zuhaili, 2016).
3. Rusak atau cacatnya barang yang menjadi objek akad *ijarah*. Seperti adanya cacat pada barang yang disewa yang disebabkan oleh penyewa atau rusaknya barang yang disewakan, seperti rumah yang disewa menjadi runtuh (Suhendi, 2016).
4. Terpenuhinya tujuan dan manfaat objek akad serta berakhirnya jangka waktu yang telah ditentukan. Jika dalam hal *ijarah* jasa maka pekerjaan yang diberikan telah selesai (Suhendi, 2016).

Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/XII/2021 Tentang Marketplace Syariah

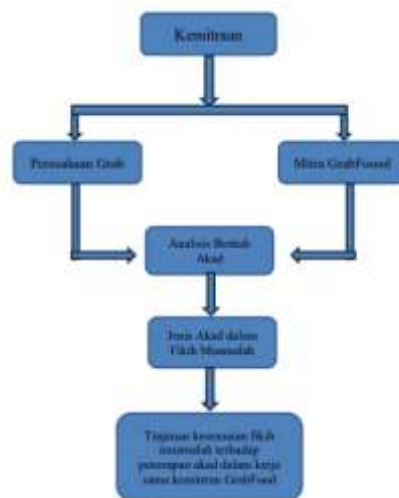
a. Karakteristik Marketplace

1. Penyedia *marketplace* menyediakan dan mengelola fasilitas jual beli barang dan/atau jasa secara elektronik;
2. Penyedia *marketplace* menggunakan *Escrow Account*;
3. Akad pada Platform *marketplace* dilakukan secara online atau elektronik.

b. Karakteristik dan ketentuan Layanan Marketplace Murni

1. Penyedia *marketplace* berperan sebagai penyedia sarana berjualan dan fasilitas pembayaran.
2. Pedagang secara langsung menawarkan barang dan/atau jasa dengan cara mendeskripsikan segala hal yang berkaitan dengan objek yang diperjual belikan.
3. Mitra pedagang dan penyedia *marketplace* melakukan perjanjian terkait penggunaan sarana Platform *Marketplace* dan fasilitas pembayaran, jika disepakati adanya *ujrah* maka dilakukan akad *ijarah*. Namun jika tidak disepakati tanpa adanya *ujrah*, maka dilakukan akad '*ariyah*'.
4. Dalam kegiatan pemasaran penyedia *marketplace* dilarang melakukan tindakan-tindakan yang dilarang oleh syariah, diantaranya larangan perbuatan *Tadlis*, *Najsy*, dan *Ghisysy*;
5. Barang dan/atau jasa yang dijadikan obyek akad harus berupa barang dan/ atau jasa yang dibolehkan oleh syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
6. Setelah akad jual beli dilakukan, Penjual;
 - a. Menyerahkan barang kepada Pembeli baik secara langsung maupun tidak langsung (menggunakan jasa penyedia ekspedisi) dalam hal *mabi* ' berupa barang; dan
 - b. Menyerahkan bukti hak atas manfaat kepada Pembeli baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam hal *mabi* ' berupa manfaat.
7. Dalam hal dilakukan akad jual-beli, berlaku ketentuan Fatwa DSN-MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual-Beli;
8. Dalam hal dilakukan akad *ijarah*, berlaku ketentuan fatwa DSN-MUI No: 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad *Ijarah* (DSN MUI 114, 2021).

Kerangka Pemikiran



Kerangka berpikir dalam penelitian ini diawali dengan penggalan informasi yang diperoleh dari pihak yang terlibat dalam kerja sama kemitraan GrabFood. Dalam hal tersebut pihak yang terlibat yaitu pelaku usaha kuliner dengan Perusahaan Grab Indonesia. Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti mengumpulkan informasi dari pihak Mitra Grabfood. Dimana informasi yang didapatkan oleh peneliti dilakukan melalui wawancara secara langsung kepada pelaku usaha kuliner selaku mitra Grabfood dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Melalui penggalan informasi yang didapat dari pihak mitra Grabfood maka akan diketahui bagaimana mekanisme pelaksanaan akad dalam kerja sama yang terjadi dalam kemitraan GrabFood. Setelah mengetahui mekanisme pelaksanaan akad yang terjadi dalam kerja sama antara kedua pihak tersebut, kemudian akan dikomparasikan dengan jenis akad syariah, yang kemudian akan dianalisis kesesuaian pelaksanaan akadnya, apakah rukun dan syaratnya sudah terpenuhi menurut tinjauan fikih muamalah.

METODE PENELITIAN

Tipe dan Dasar Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini merupakan teknik penelitian dengan karakteristik meneliti pada keadaan objek alamiah (bukan pada objek yang bersifat eksperimen), dimana peran peneliti sebagai instrumen utama, proses pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisa data bersifat induktif yakni dari spesifik ke general, dan menghasilkan penelitian yang menerangkan sebuah makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2022).

Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu peneliti mengkaji suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan serta

mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan prosedur pengumpulan data selama periode tertentu (Wahyuningsih, 2013).

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di 4 (empat) tempat pelaku usaha kuliner yang terdaftar sebagai mitra GrabFood di Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat sebagai berikut:

1. Pancong balap nostalgia, jalan Mandor Senan, Cipenjo, Cileungsi. Kab. Bogor.
2. Mie ayam bakar Solo, perumahan Metland Cileungsi, Blok DG 2 No. 22, Jalan Mandor Senan, Kab. Bogor.
3. Selaras Alpukat kocok, Jalan Mandor Senan, Cipenjo, Kec, Cileungsi, Kab. Bogor.
4. Empek campus, jalan metro Raya No. 99, Perumahan Metland, Cileungsi, Kab, Bogor.

Waktu pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan dimulai dari bulan Juli 2023 hingga bulan Desember 2023, berikut rincian mengenai agenda-agenda dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan interaksi atau komunikasi antara peneliti dengan informan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi melalui proses tanya jawab (Hamzah, 2020).

Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan pada pelaku usaha kuliner yang menjadi mitra GrabFood dengan tujuan mendapatkan informasi yang sebenarnya dari informan yang berdasar pada pertanyaan mengenai topik yang diajukan.

b. Observasi

Observasi adalah sebuah proses penggalian data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan secara detail terhadap objek observasi dan lingkungannya (Sidiq & Choiri, 2019). Proses observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan kegiatan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian di lokasi pelaku usaha kuliner mitra Grabfood.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses mencari data yang berkaitan dengan hal-hal atau variabel penelitian berupa buku-buku, catatan, majalah, surat-surat, pernyataan tertulis mengenai

kebijakan tertentu, notulen rapat, dan sebagainya. Dokumentasi ini diperlukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil kegiatan observasi dan wawancara yang bersumber dari dokumen dan rekaman. Dalam penelitian kualitatif terdapat sumber data yang berasal dari foto-foto, video, dokumen dan proses kajian dokumen dalam penelitian ini dilakukan mencari informasi yang berkaitan dengan bentuk akad dalam kerja sama kemitraan yaitu dengan cara mengumpulkan bahan-bahan kepustakaan berupa buku, informasi dari website resmi Grab, penelitian terdahulu berupa jurnal, artikel dan skripsi. Peneliti juga menggunakan peraturan dari kompilasi hukum ekonomi syariah dan fatwa DSN-MUI.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, maupun dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, yang diakhiri dengan membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2022).

Dalam teknik analisis metode penelitian deskriptif kualitatif langkah awalnya melakukan penjelajahan, kemudian pengumpulan data dan selanjutnya melakukan observasi hingga penyusunan laporan (Fauzi & dkk, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara akurat mengenai bentuk akad dalam kerja sama kemitraan Grabfood menurut perspektif fikih muamalah. Dalam proses menganalisis data kualitatif, analisis akan dilaksanakan dalam tahapan-tahapan sebelum, selama berlangsung sampai dengan selesainya penelitian di lapangan. Terdapat beberapa tahapan dalam penelitian menurut Huberman dan Miles, diantaranya:

5. Reduksi data

Reduksi data berarti proses merangkum, fokus pada data-data yang penting dengan memilih data penelitian yang pokok yang berkaitan dengan topik penelitian, mencari tema dan pola sehingga data hasil reduksi memberikan konsep dan gambaran yang jelas serta mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.

Adapun Reduksi data dalam penelitian ini difokuskan pada informan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui pelaksanaan akad dalam kerja sama kemitraan Grabfood dan kesesuaian pelaksanaannya menurut perspektif fikih muamalah.

6. Penyajian data

Setelah proses pengumpulan dan reduksi data maka tahapan selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data sering kali dilakukan dalam bentuk uraian singkat, grafik, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Melalui proses penyajian data maka akan menjadikan data yang diolah lebih terorganisir, terarah dan tersusun dalam suatu pola sehingga mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2022a).

Dalam penelitian ini, data yang sudah direduksi akan dikorelasikan dengan rumusan masalah yaitu mengetahui pelaksanaan akad dalam kerja sama kemitraan Grabfood dan tinjauan fikih muamalah terhadap akad tersebut. Adapun data yang akan disajikan adalah mendeskripsikan hasil analisis berdasarkan uraian dalam rumusan masalah.

7. Verifikasi

Menurut Miles dan Huberman langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan digunakan untuk menjelaskan secara mendasar mengenai permasalahan dalam penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru. Temuan tersebut dapat berupa gambaran atau deskripsi suatu objek yang sebelumnya masih samar menjadi jelas setelah dilakukannya penelitian (Sugiyono, 2020a).

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini nantinya adalah jawaban dari pertanyaan dalam rumusan masalah, fokus dan tujuan penelitian yang dijabarkan secara singkat dan mudah berdasarkan topik penelitian agar dapat dipahami dengan mudah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Pelaksanaan Akad Pada Perjanjian Kerjasama Grabfood antara Perusahaan Grab dengan Mitra GrabFood di Kecamatan Cileungsi

Para Pihak dalam Perjanjian Kerjasama Grabfood Indonesia

Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam pelaksanaan perjanjian kerjasama GrabFood, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Pihak pertama yakni perusahaan Grab. Dalam hal ini berdasarkan ketentuan umum yang ada dalam perjanjian kerjasama Grabfood Indonesia disebutkan bahwa;
Grab merupakan perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum negara Republik Indonesia yang merupakan pemegang izin aplikasi “Grab” yaitu aplikasi yang mencocokkan permintaan konsumen, penyedia jasa layanan aplikasi untuk penjualan

secara online, transportasi oleh penyedia angkutan taksi, angkutan sewa, ataupun kendaraan bermotor, khususnya untuk ketentuan komersial ini adalah layanan GrabFood.

2. Penjual

Penjual dalam hal ini merupakan pihak yang menjalankan usaha kuliner dan hendak bekerjasama dengan Grab sehubungan dengan layanan penjualan melalui *platform* Grab dan layanan pengantaran makanan dan/atau minuman yang dijual oleh penjual untuk memperluas cakupan penjualan dalam hal ini disebut dengan mitra GrabFood.

3. Pengemudi

Dalam perjanjian GrabFood Indonesia disebutkan bahwa pengemudi merupakan kontraktor pihak ketiga yang independen. Perjanjian pihak ketiga di mana pengemudi bersedia untuk menyediakan layanan pengiriman makanan yang dipesan melalui penjual bagi pengguna akhir yang menggunakan aplikasi Grab, khususnya layanan GrabFood adalah perjanjian antara pengguna akhir dengan pengemudi yang bersifat *independent*, dan pengemudi bukanlah karyawan atau agen dari Grab (Perjanjian Kerjasama Grabfood Indonesia).

Pelaksanaan Akad dalam Kerjasama Grabfood Indonesia

Proses pelaksanaan akad atau perjanjian antara Grab dengan mitranya dilakukan secara online dan tertulis dalam sebuah kontrak elektronik. Klausul-klausul yang disepakati dalam kontrak ini dibuat secara sepihak oleh Grab atau dengan kata lain klausula akad yang dibuat merupakan kontrak baku dari pihak Grab. Kontrak elektronik ini dikirim oleh pihak Grab setelah mitra pendaftar berhasil melakukan pendaftaran dengan beberapa tahap yang telah dijelaskan sebelumnya. Perjanjian tersebut berisi syarat dan ketentuan komersial bagi restoran yang terpilih. Adapun isi dari perjanjian tersebut yakni; ketentuan mengenai para pihak, kewajiban penjual, kewajiban Grab, biaya jasa, metode pembayaran, dan ketentuan mengenai jangka waktu perjanjian. Ketentuan dalam kontrak elektronik tersebut bersifat mutlak dan khusus sehingga mitra pendaftar tidak dapat memberikan masukan ataupun saran kepada pihak Grab Indonesia. Dengan menandatangani kontrak elektronik tersebut, maka mitra pendaftar secara sadar telah menyetujui syarat dan ketentuan komersial yang telah dibuat oleh Grab. Hal ini menunjukkan bahwa mitra pendaftar setuju untuk melakukan kerjasama dengan Grab.

Meskipun perjanjian tersebut bersifat baku, namun kedua pihak memiliki kuasa masing-masing. Maksudnya, pihak Grab tetap menjalankan kewajibannya sebagai perusahaan yang

menunjang dan memberikan jasa penyediaan layanan aplikasi sedangkan mitra Grabfood juga tetap menjual produk makanan dan minuman dengan merek milik mereka pribadi. Sebagaimana dalam syarat dan ketentuan umum *merchant* Grabfood poin 4.2 dinyatakan bahwa “*merchant* menerima dan menyetujui bahwa peran Grab hanya selaku penyedia layanan teknologi Grabfood pada aplikasi Grab dan Grab merupakan penyedia layanan *platform* untuk menghubungkan pengemudi dan *merchant*. Sebagai penyedia layanan *platform*, Grab tidak mempunyai kewajiban untuk memproses, menyiapkan dan mengirimkan barang. Selain itu, Grab tidak terlibat dalam kontrak, ketentuan dan syarat, atau hak dan kewajiban apapun antara pelanggan dan penjual”.

Adanya hubungan hukum antara pihak penjual dengan Grab maka keduanya memiliki tanggung jawab dan kewajiban yang harus dilaksanakan. Hal tersebut diatur dalam kontrak perjanjian kerjasama Grabfood. Kewajiban pihak penjual antara lain:

1. Menyediakan seluruh informasi yang diperlukan untuk menyajikan daftar menu atau makanan dan/atau minum, harga, gambar, logo restoran atau warung, dan identitas penjual;
2. Melakukan verifikasi informasi yang ditayangkan oleh GRAB dan menunjukkan kesalahan atau ketidakakuratan dengan segera setelah pemberitahuan informasi diberikan kepada GRAB;
3. Memastikan bahwa Penjual telah memiliki izin usaha rumah makan/ restoran yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
4. Memasang, menempatkan, atau menempelkan kolateral “Grab” di pintu atau meja resepsionis;
5. Membayar biaya jasa

Menurut penjelasan semua mitra Grabfood saat wawancara, tarif biaya jasa yang harus dibayarkan oleh mitra GrabFood adalah sebesar 20% untuk Grab dari jumlah harga makanan yang terjual. Menurut penjelasan pak Dodo, bahwa apabila dalam sebuah menu di aplikasi Grab tertulis harga Rp12.000 maka 20% dari Rp12.000 adalah Rp2.400, sehingga 80% nya adalah Rp 9.600 menjadi milik penjual”. Hal serupa juga dijelaskan oleh Faris yakni, misalkan omset penjualan melalui Grab mencapai Rp1.000.000 dalam sehari, maka pihak penjual mendapatkan Rp800.000 dan Rp200.000 otomatis terpotong untuk pihak Grab. Intinya pendapatan 80% untuk penjual dan 20% untuk Grab dan hal ini sudah disepakati bersama dalam kontrak perjanjian yang ditanda tangani diawal, jika tidak jualan (warung tutup) ataupun tidak ada

transaksi penjualan melalui Grab berarti tidak ada biaya layanan yang perlu dibayarkan kepada pihak Grab. Jika tidak jualan selama sebulan berarti selama itu juga penjual tidak perlu melakukan pembayaran apapun kepada pihak Grab dan penjual mempunyai kebebasan sendiri untuk mengaktifkan akun *merchant* yang artinya, jika akun *merchant* dalam keadaan dinonaktifkan maka warung tidak tersedia untuk sementara waktu di aplikasi Grab (Faris, mitra Grabfood).

Mengenai biaya yang harus dibayarkan oleh mitra tersebut tercantum dalam perjanjian kerjasama GrabFood pada point ketentuan biaya jasa yang isinya sebagai berikut:

1. Untuk setiap pemesanan makanan dan/atau minuman melalui aplikasi Grab, Penjual sepakat untuk membayar biaya jasa sebesar 20% dari jumlah harga makanan dan/atau minuman yang dipesan oleh Pengguna akhir;
2. Biaya jasa termasuk pajak pertambahan nilai (PPn) sebesar 10% (sepuluh persen);
3. Sebelum ditambahkan pajak rumah makan yang berlaku bagi Penjual untuk ditagikan kepada Pengguna akhir (Perjanjian Kerjasama Grabfood Indonesia).

Selain itu, dikuatkan juga pada ketentuan layanan dan kebijakan Grab pada poin 7.1.2. dinyatakan bahwa “mitra pedagang setuju bahwa Grab akan memberlakukan biaya layanan mitra atas penggunaan layanan aplikasi sebagaimana diatur dalam perjanjian komersial”. Pernyataan ini menguatkan alasan bahwa biaya jasa sebesar 20% memang atas dasar penggunaan atau sewa layanan aplikasi Grab, yang dalam pembahasan fikih muamalah transaksi ini termasuk dalam akad *ijarah* (sewa-menyewa).

Aturan mengenai metode pembayaran dan biaya jasa diatur dalam syarat dan ketentuan umum penjual yang mana dalam hal ini perusahaan Grab selaku penyedia layanan *platform* menunjuk pihak ketiga yakni PT Visionet Internasional (OVO) untuk kepentingan pembayaran. Dalam ketentuan tersebut diatur bahwa penjual menyetujui Grab untuk mengumpulkan biaya jasa (dan/atau biaya apapun terkait dengan layanan Grab) dengan memotong langsung dari jumlah harga penjualan melalui aplikasi Grab, dengan memanfaatkan kanal OVO. Oleh karena itu, untuk keperluan pembayaran, mitra penjual harus mempunyai akun OVO, serta setuju bahwa OVO bertindak atas nama Grab untuk mengumpulkan biaya jasa maupun biaya layanan dalam aplikasi Grab. Mitra penjual kemudian akan menerima hasil penjualan dalam jangka waktu yang tidak lebih dari 3 (tiga) hari sejak tanggal transaksi pemesanan (Perjanjian Kerjasama Grabfood Indonesia). Mekanisme pembayaran semacam ini merupakan bagian

dari ketentuan sekaligus fasilitas layanan pembayaran yang disediakan oleh Grab untuk menjamin keamanan transaksi.

Bentuk akad yang terjadi antara perusahaan Grab dan mitra Grabfood adalah akad perjanjian penggunaan layanan *platform* atau aplikasi Grab. Dalam hal ini terjadi perjanjian atau akad sewa menyewa antara perusahaan Grab dan mitra Grabfood. Mitra Grabfood sebagai pedagang makanan dan minuman, sedangkan perusahaan Grab selaku pemilik dan penyedia *platform* aplikasi memfasilitasi pedagang yang sudah menjadi mitranya untuk menampilkan produk dalam aplikasi dan memfasilitasi transaksi jual beli antara mitra dan konsumen. Atas jasa penyediaan layanan aplikasi, maka Grab berhak menerima biaya jasa dari hasil penjualan mitra Grabfood di aplikasi Grab. Awalnya mitra grabfood atau penjual yang berstatus sebagai warung makan biasa, mendaftarkan usaha warung makannya dengan melengkapi beberapa persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan Grab. Setelah melalui proses verifikasi oleh Perusahaan Grab, warung makan beserta menu yang ditawarkan akan tampil pada layanan Grabfood di aplikasi Grab. Dari penjelasan tersebut penulis menilai bahwa mitra Grabfood diibaratkan menyewa lapak online di aplikasi Grab. Perjanjian kerjasama antara perusahaan Grab dengan mitra Grabfood atau yang dalam perjanjian disebut dengan pihak penjual adalah hubungan kemitraan, yang didalamnya para mitra memiliki kontribusi masing-masing untuk memperoleh manfaat dan keuntungan. Grab menganggap penjual sebagai mitranya. Perjanjian kerjasama tersebut dikategorikan sebagai kemitraan karena kedua belah pihak saling membutuhkan, dimana pihak penjual memproduksi makanan dan minuman dan pihak Grab memberikan layanan lapak online dengan menampilkan produk penjual di aplikasi Grab melalui layanan GrabFood. Dalam hal ini terdapat suatu hubungan kerjasama yang saling membutuhkan dan menguntungkan antara pihak Grab dengan mitra GrabFood. Juga sebagaimana yang tertera dalam ketentuan dan layanan kebijakan Grab pada poin 25 tentang hubungan bahwa, “Apabila anda mitra, maka hubungan anda dengan Grab adalah hubungan kemitraan untuk memberikan layanan kepada konsumen melalui *platform* dan/atau aplikasi”.

Pendaftaran untuk menjadi mitra GrabFood gratis tidak dikenai biaya apapun. Perjanjian ini berlaku untuk 1 satu tahun sebagaimana yang tercantum dalam ketentuan jangka waktu yang berbunyi:

Ketentuan Komersial ini berlaku untuk 1 (satu) tahun sejak tanggal terakhir ditandatangani oleh Para Pihak di halaman penandatanganan dan dapat diperpanjang jika salah satu Pihak yang menginisiasi perpanjangan telah memberitahukan kepada Pihak lainnya paling

lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum habisnya jangka waktu Ketentuan Komersial ini (Perjanjian Kerjasama Grabfood Indonesia).

Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Akad dalam Kerjasama Grabfood antara Perusahaan Grab dengan mitra Grabfood di Kecamatan Cileungsi

Perjanjian kerjasama antara mitra Grabfood dengan perusahaan Grab menggunakan perjanjian baku berupa perjanjian tertulis dalam sebuah kontrak elektronik. Di dalam fikih muamalah pelaksanaan akad atau perjanjian dengan menggunakan metode elektronik diperbolehkan. Hal ini berdasarkan asas kebebasan berkontrak yang mana dalam bermuamalah para pelakunya bebas melakukan segala bentuk perjanjian selagi tidak ada dalil yang melarang (Rahman, 2021). Selain itu perjanjian melalui kontrak dinilai lebih mudah dan efisien antara kedua belah pihak. Hal ini selaras dengan apa yang diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 21, dijelaskan bahwa “akad dalam dilakukan berdasarkan asas *taisir/* kemudahan yakni pelaksanaan akad dapat dilakukan dengan cara yang memberi kemudahan pada masing-masing pihak sesuai kesepakatan”.

Bila melihat formasi akad antara perusahaan Grab dengan mitra Grabfood pada proses pendaftaran hingga adanya biaya jasa yang dibayarkan oleh mitra atas layanan jasa Grab sebagaimana isi klausula dalam kontrak perjanjian, maka menurut penulis, secara teori akad tersebut mengarah kepada formasi *ijarah*, yang mana pengertian akad *ijarah* adalah akad untuk mendapatkan manfaat disertai dengan adanya imbalan atas manfaat tersebut (Sabiq, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut, kerjasama kemitraan antara Perusahaan Grab dengan mitra GrabFood sesuai dengan akad *ijarah* karena pihak mitra Grabfood mendapatkan manfaat atas *platform* atau aplikasi yang disediakan oleh perusahaan Grab dalam hal memperluas cakupan penjualan secara online dan pihak Grab mendapatkan upah atas penyediaan layanan aplikasi tersebut sebagai lapak online pada layanan GrabFood. Hal ini juga sesuai dengan isi pada ketentuan layanan dan kebijakan Grab yang menyatakan bahwa perusahaan Grab berperan sebagai pihak yang menyediakan *platform* dan/atau aplikasi untuk memfasilitasi pemesanan *on-demand* layanan yang disediakan oleh mitra, salah satunya Grabfood. Dalam ketentuan tersebut, Grab juga menegaskan bahwa ia hanya berperan untuk menghubungkan konsumen dengan mitra, mitra bukan bagian dari agen, karyawan ataupun staf Grab dan layanan yang diberikan oleh mitra tidak dapat dianggap sebagai layanan yang diberikan oleh Grab. Kemudian dalam ketentuan layanan Grab juga menyatakan bahwa Grab tidak memiliki, mengontrol, menjual, ataupun menjual kembali produk maupun layanan apapun yang disediakan oleh mitra

Grabfood. Dari ketentuan tersebut penulis menilai bahwa Grab tidak mewakili mitra Grabfood dalam proses penjualan, namun hanya sebatas pihak penyedia *platform* dan layanan pembayaran.

Dalam syarat dan ketentuan umum Merchant Grabfood point 4.2 dinyatakan bahwa “*Merchant* menerima dan menyetujui bahwa peran Grab hanya selaku penyedia layanan teknologi Grabfood pada aplikasi Grab dan Grab merupakan penyedia layanan *platform* untuk menghubungkan pengemudi dan *merchant*. Sebagai penyedia layanan *platform*, Grab tidak mempunyai kewajiban untuk memproses, menyiapkan dan mengirimkan barang. Selain itu, Grab tidak terlibat dalam kontrak, ketentuan dan syarat, atau hak dan kewajiban apapun antara pelanggan dan penjual”. Dari ketentuan tersebut penulis menilai bahwa layanan Grabfood dapat dikategorikan sebagai *marketplace* murni yang dalam hal ini perusahaan penyedia *platform* berperan sebagai fasilitator penjual untuk berjualan secara online, maka berlaku akad *ijarah* antara penyedia layanan dengan penjual sebagai pengguna layanan. Hal ini sebagaimana dalam fatwa DSN MUI Nomor 114/DSN-MUI/XII/2021 Tentang *Marketplace* Berdasarkan Prinsip Syariah diatur bahwa layanan *marketplace* murni yakni layanan yang disediakan oleh penyedia *marketplace* untuk memfasilitasi perdagangan yang dalam hal penyedia tidak mewakili pedagang untuk menjual barang milik pedagang, kemudian disepakati adanya *ujrah*, maka akad yang dilakukan adalah akad *ijarah* (DSN MUI 114, 2021).

Kemudian peneliti juga menilai dari segi tujuan diadakannya kerjasama kemitraan Grabfood dengan cara penyediaan sewa layanan aplikasi ini adalah untuk mencari keuntungan, sama halnya dengan tujuan dari akad *ijarah*. Keuntungan tersebut diperoleh oleh Grab dari hasil penjualan makanan atau minuman. Sebagaimana yang tercantum dalam kontrak perjanjian yang menyebutkan bahwa Grab berhak menerima biaya jasa sebesar 20%. Kemudian sebagaimana penuturan salah satu informan penelitian yakni Farel, yang mengatakan bahwa biaya jasa dari hasil penjualan sebesar 20% untuk pihak Grab merupakan imbalan atas jasa perusahaan yang sudah menyediakan lapak online yakni menampilkan produknya di aplikasi Grab (Farel, Mitra Grabfood). Dan juga menurut informan lain bahwa biaya 20% untuk Grab merupakan *fee* dari mitranya untuk membayar jasa layanan yang telah disediakan oleh perusahaan Grab (Faris, Mitra Grabfood).

Dari penjelasan diatas maka dapat diketahui kedua pihak sama-sama bertujuan untuk mencari keuntungan. Jika ditinjau dari segi tujuan sebuah akad, maka transaksi ini sejalan dengan teori akad *tijarah*. Akad *tijarah* adalah akad yang dilakukan dengan tujuan komersial

atau perdagangan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, dan akad *ijarah* dalam kerjasama kemitraan Grabfood ini adalah salah satu jenis akad yang termasuk dalam lingkup akad *tijarah*.

Jika dianalisis dari segi jenis pembagian *ijarah*, maka kerjasama kemitraan grabfood ini termasuk dalam *ijarah 'ala manafi'* atau yang bersifat manfaat, yaitu akad sewa terhadap suatu manfaat benda sehingga manfaat suatu benda yang disewa tersebut merupakan objek transaksi/ akad (Syaikh, 2020). Dalam hal ini dapat digambarkan bahwa perusahaan Grab menyewakan aplikasi sebagai wadah untuk menampilkan produk makanan yang dijual oleh mitra atau bisa disebut sebagai lapak online untuk penjualan produk makanan dan minuman milik penjual.

Penerapan akad *ijarah* pada kerja sama kemitraan GrabFood yang ditinjau dari perspektif fikih muamalah dapat dilihat dari pemenuhan rukun dan syarat *ijarah* yakni sebagai berikut:

1. *Aqidain*

Aqidain atau pelaku akad dalam *ijarah* disebut *mu'jir* dan *musta'jir*. *Musta'jir* adalah orang yang menyewa atau menggunakan jasa dan manfaat dari objek sewa. Dalam kerja sama kemitraan GrabFood ini pihak yang menjadi *musta'jir* adalah mitra GrabFood. Sedangkan *mu'jir* adalah pemberi sewa, pemilik jasa atau manfaat dari objek akad, dalam hal ini perusahaan Grab disebut sebagai *mu'jir*. *Mujir* dan *musta'jir* disyaratkan harus seorang yang berakal, baligh, cakap dalam hal mengelola harta (*tasharruf*), dan keduanya saling ridha (Suhendi, 2016). Syarat *musta'jir* dan *mu'jir* dalam kerja sama kemitraan Grabfood sudah terpenuhi ini karena kedua pihak yang berakad telah mencantumkan semua berkas formal salah satunya KTP, hal ini menunjukkan bahwa keduanya merupakan seorang yang berakal, baligh dan cakap. Selain itu, pihak-pihak yang melakukan akad *ijarah* juga disyaratkan mengetahui masa sewa dan manfaat dari barang yang menjadi objek akad dengan sempurna, agar mencegah terjadinya perselisihan di kemudian hari. Syarat inipun sudah terpenuhi karena dalam perjanjian sudah tercantum mengenai masa berlaku kerjasama yakni satu tahun.

2. *Shigat Ijab Kabul*

Shigat yaitu tercapainya akad *ijarah* dengan dilaksanakannya ijab dan Kabul. Dalam *shigat* disyaratkan adanya kesesuaian antara kabul dengan ijab. *Shigat* ijab dan kabul yang dilakukan oleh *mu'jir* dan *musta'jir* yaitu ijab berupa sewa-menyewa ataupun upah-mengupah (Suhendi, 2016). Dari segi rukun ini, syaratnya sudah terpenuhi karena di awal

penjual mendaftarkan diri sebagai mitra GrabFood, melakukan ijab *qabul* dengan penandatanganan kontrak perjanjian kerjasama. Ijab dalam perjanjian ini adalah pernyataan kehendak pihak Grab untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang tercantum dalam isi kontrak perjanjian elektronik, sedangkan qabulnya adalah pernyataan sikap dari mitra Grabfood untuk menerima atau menyetujui kehendak dari pihak Grab yang ditunjukkan dengan menandatangani kontrak perjanjian kerjasama Grabfood. Dalam perjanjian kerjasama juga telah dicantumkan mengenai biaya jasa yang harus dibayarkan oleh penjual. Biaya jasa tersebut berarti menunjukkan ijab berupa sewa-menyewa.

3. Manfaat barang yang menjadi objek sewa

Salah satu syarat dari rukun ini adalah barang yang menjadi objek akad sewa- menyewa dan upah-mengupah hendaklah sesuatu yang bisa yang mempunyai nilai manfaat atau dapat digunakan (Suhendi, 2016). Syarat dari rukun ini sudah terpenuhi karena manfaat dari objek akadnya adalah manfaat dari aplikasi Grab serta jasa perusahaan Grab dalam pengelolaan aplikasi tersebut untuk mengiklankan produk makanan dan minuman pihak Penjual.

4. *Ujrah*

Ujrah atau upah dalam akad *ijarah* disyaratkan harus berupa harta yang bernilai dan diketahui dengan jelas jumlahnya oleh kedua pihak yang berakad, baik dalam sewa-menyewa maupun upah-mengupah (Az-Zuhaili, 2016). Dalam rukun *ujrah* ini syaratnya sudah terpenuhi yakni pihak Grab mendapatkan biaya jasa sebesar 20% dari setiap penjualan di aplikasi Grab. Sebagai pihak yang juga menyediakan layanan pembayaran, maka total pembelian dari pengguna akhir akan masuk ke Grab dengan cara pemotongan otomatis saldo ovo milik *driver* selaku wakil dari konsumen. Penjual akan menerima pembayaran melalui aplikasi Grabfood *merchant*, Grab akan membayarkan kepada penjual setelah memperhitungkan pemotongan biaya jasa sebesar 20% paling lama 3 hari setelah transaksi penjualan. Namun untuk mitra yang masih berstatus sebagai resto biasa, biaya jasa dipotong melalui saldo ovo milik mitra.

Mengenai *ujrah* dalam bentuk persentase ini diperbolehkan menurut mazhab Hanbali karena upah dalam bentuk persentase tertentu serupa dengan *mudharabah* (bagi hasil) dan juga upah tersebut sudah diketahui dan disepakati kedua pihak maka tidak ada unsur *gharar* dalam hal ini (Al Kuwaitiyah, 1983).

Kebolehan model upah dalam bentuk persentase dari hasil pemanfaatan jasa ini juga diatur dalam fatwa DSN MUI Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah*, dalam ketentuan terkait *ujrah* nomor 2 dinyatakan bahwa “kuantitas dan/atau kualitas *ujrah* harus jelas, baik berupa angka nominal, prosentase tertentu, atau rumus yang sudah diketahui dan disepakati di awal oleh kedua pihak yang berakad”.

Selain akad *ijarah*, praktik dalam kerjasama kemitraan Grabfood ini juga berlaku akad *ariyah*. Dalam fikih muamalah akad *ariyah* adalah akad atau perjanjian pinjam meminjam dengan memberikan manfaat suatu objek secara cuma-cuma. Sebelumnya akad *ariyah* tidak diatur dalam fatwa DSN-MUI secara khusus, namun akad *ariyah* disebutkan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 144 Tahun 2021 tentang *Marketplace* Berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam fatwa tersebut disebutkan bahwa akad *ariyah* adalah pemberian hak untuk menggunakan *platform marketplace* dari penyedia *marketplace* kepada mitra pedagang maupun pelanggan tanpa adanya imbalan.

Dalam perjanjian kerja sama Grabfood pihak yang berakad adalah Penjual dan Perusahaan Grab. Kemudian yang menjadi objek akad dalam perjanjian ini adalah *platform* Grab termasuk di dalamnya fitur Grabfood. *Shigat* akad dalam perjanjian ini dilakukan dengan cara elektronik karena layanan yang diberikan pun berbentuk elektronik.

Dalam Fatwa DSN-MUI tentang *Marketplace* syariah terdapat dua macam *marketplace* yakni murni dan konsinyasi. Dalam ketentuan ketujuh yakni terkait layanan *marketplace* murni jika dalam perjanjian penggunaan sarana *platform marketplace* disepakati adanya *ujrah*, maka berlaku akad *ijarah*. Namun jika disepakati tanpa adanya *ujrah*, maka dilakukan akad *ariyah*.

Dalam perjanjian yang sudah dijelaskan pada poin sebelumnya, mitra Grabfood tidak dikenakan biaya lain di luar biaya administrasi produk. Mitra Grabfood bebas menggunakan *platform* kapan saja dan tidak perlu memberikan *ujrah* pada pihak Grab selaku penyedia *platform* jika tidak ada terjadi transaksi penjualan melalui aplikasi Grab. Dalam hal ini pihak perusahaan Grab berarti meminjamkan atau memberi hak kepada mitra Grabfood untuk menggunakan *platform* sebagai wadah untuk berjualan secara online.

Hal tersebut sejalan dengan penjelasan dan ketentuan mengenai akad *ariyah* dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 144 Tahun 2021 tentang *Marketplace* Syariah dimana akad ini merupakan akad merupakan akad pinjam meminjam untuk memberikan hak dalam menggunakan *platform marketplace* berupa aplikasi kepada pedagang dan pelanggan untuk melakukan pemasaran

secara elektronik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika tidak terdapat transaksi penjualan melalui aplikasi Grab maka akad yang berlaku adalah akad *ariyah*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan akad antara perusahaan Grab dengan mitranya dilakukan secara online dan tertulis dalam sebuah kontrak elektronik. Perjanjian kerjasama antara Grab dengan penjual atau mitra Grabfood merupakan perjanjian layanan penggunaan aplikasi untuk tujuan penjualan secara online dan layanan pengantaran makanan dan/atau minuman milik mitra. Atas jasa penyediaan layanan aplikasi, maka Grab berhak menerima biaya jasa sebesar 20% dari hasil penjualan mitra Grabfood di aplikasi Grab.

Dalam fikih muamalah pelaksanaan akad atau perjanjian dengan menggunakan metode elektronik diperbolehkan. Hal ini berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Mengenai bentuk akad dalam perjanjian kerja sama Grabfood ini termasuk dalam akad *ijarah* jika terdapat transaksi penjualan melalui aplikasi Grabfood. Penerapan akad *ijarah* yang dipraktekkan pada kerjasama Grabfood antara perusahaan Grab dan mitra Grabfood di kecamatan Cileungsi sudah memenuhi rukun dan syarat akad *ijarah*. Selain akad *ijarah*, berlaku juga akad *ariyah* jika tidak ada transaksi dan keuntungan yang diperoleh perusahaan Grab karena dalam hal ini mitra hanya meminjam aplikasi untuk melakukan penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Makassar: Syakir Media Press
- Azwar, A., Yunta, A.H.D & Hudzaifah, M. (2022). Praktik Kerja Sama Bagi Hasil Ternak Kambing (Kambi') Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Tangru Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang). *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 170–184. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v2i2.655>
- Budiwati, S. (2018). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurnal Jurisprudence* 7 (2). <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i2.4095>
- Indonesia, DSN-MUI. (2000). Fatwa DSN No: 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang
- Indonesia, DSN-MUI. (2001). Fatwa DSN N0. 114/DSN-MUI/XII/
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Literasi Nusantara.

- Karim, H. (1997). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. uri: <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20291679>
- Indonesia, DSN-MUI. (2000). Fatwa DSN NO: 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah
- Sabiq, S. (2009). *Fikih Sunnah 5 Tahkik dan Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al-Albani*. Jakarta: Cakrawala Publishing.
- Sidiq, U. & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. Ponorogo: CV. Nata Karya. <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE>
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (kedua). Bandung: Alfabeta
- Suhendi, H. (2016). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Syaikh, Ariyadi, & Norwili. (2020). *Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Syaparuddin. (2021). *Islam Kemitraan Bisnis* (Jumriani (Ed.); 1st ed.). Yogyakarta: Trust Media Publishing.
- AAOIFI. (2017). *Shari'ah Standards Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions*. Worldwide Distribution: Dar AlMaiman for Publishing & Distributing.
- Aswanto Muhammad Takwi Hede, Azwar, A., Akhmad Hanafi Dain Yunta, & Hudzaifah, M. (2022). Praktik Kerja Sama Bagi Hasil Ternak Kambing (Kambi') Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Tangru Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang). *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 170–184. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v2i2.655>
- Budiwati, S. (2018). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(2), 152–159. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i2.4095>
- Fatwa DSN NO: 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah, Himpunan Fatwa DSN MUI 4 (2000). https://drive.google.com/file/d/0BxTl-INihFyzWTJMRVY3bzdiYVvk/view?resourcekey=0-31uJZUrr7VSi_M5DDHXvGg
- Hidayat, E. (2016). *Transaksi Ekonomi Syariah*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Karim, H. (1997). *Fiqih Muamalah*. PT Raja Grafindo Persada. uri: <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20291679>

- Mukhlas, A. arif. (2021). Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 1–19.
<https://doi.org/10.37812/aliktishod.v9i1.195>
- Mustafa Ahmad Az-Zarqa. (1968). *Madkhal al-Fiqh al-'Am*. Dar al-Fikr.
- Nurkalimah, A., Suprihatin, T., & Misfah, E. B. (2018). Analisis Fatwa DSN terhadap Pelaksanaan Akad Ijarah pada Pembiayaan BMT Itqan Bandung. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah UNISBA*, 615–623.
- Panji Adam. (2021). *Fikih Muamalah Kontemporer: Pengembangan Akad-Akad dalam Hukum Ekonomi Syariah*. Intelegensi Media.
https://books.google.co.id/books?id=GPxLEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Sabiq, S. (2009). *Fikih Sunnah 5 Tahkik dan Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al-Albani*. Cakrawala Publishing.
- syaparuddin. (2021). *Islam Kemitraan Bisnis* (Jumriani (ed.); 1st ed.). Trust Media Publishing.
- Wahbah, A.-Z. (2016). *Al Fiqh Al Islami wa Adillatuhu*. Gema Insani.
- Wahab, M.A. . (2019). *Teori Akad dalam Fiqih Muamalah* (Fatih (Ed.)). Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.
- Wahbah, A.-Z. (2016). *Al Fiqh Al Islami wa Adillatuhu*. Depok: Gema Insani