



Analisis Kualitatif Tentang Dampak *Cancel order* dan *Rating Customer* terhadap Kinerja, Performa dan Pendapatan Ojek *Online* (Gojek) di Slawi

Sri Rahayu

Manajemen Bisnis Syariah, Sties Putera Bangsa Tegal, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rahayukhusnanesya@gmail.com

Abstract. *This study aims to qualitatively analyze the impact of order cancellations and customer ratings on the performance, performance, and income of online motorcycle taxi (Gojek) drivers in the Slawi region. The research method used a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation of a number of active drivers. The results show that the high rate of order cancellations, both from customers and the system, negatively impacts driver income stability and reduces work time efficiency. Furthermore, customer ratings play a crucial role in determining driver access to orders, incentives, and account sustainability. Drivers with low ratings tend to experience decreased performance due to limited opportunities to receive orders. On the other hand, the pressure to maintain high ratings also affects drivers' psychological state and work strategies. This study concludes that order cancellations and customer ratings are crucial factors that are interrelated in influencing the work quality and welfare of online motorcycle taxi drivers. Therefore, fairer and more transparent platform policies are needed to maintain a balance between customer satisfaction and driver protection.*

Keywords: *App System; Customer Rating; Driver Work Strategy; Impact of Order Cancellation; Online Motorcycle Taxi Income.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kualitatif dampak pembatalan pesanan (*cancel order*) dan penilaian pelanggan (*rating customer*) terhadap kinerja, performa, serta pendapatan *driver* ojek *online* (Gojek) di wilayah Slawi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap sejumlah *driver* aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat *cancel order*, baik dari pihak pelanggan maupun sistem, berpengaruh negatif terhadap stabilitas pendapatan *driver* serta menurunkan efisiensi waktu kerja. Selain itu, *rating customer* memiliki peran penting dalam menentukan akses *driver* terhadap order, insentif, dan keberlanjutan akun. *Driver* dengan rating rendah cenderung mengalami penurunan performa akibat terbatasnya peluang mendapatkan pesanan. Di sisi lain, tekanan untuk mempertahankan rating tinggi juga memengaruhi kondisi psikologis dan strategi kerja *driver*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *cancel order* dan *rating customer* merupakan faktor krusial yang saling berkaitan dalam memengaruhi kualitas kerja dan kesejahteraan *driver* ojek *online*. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan platform yang lebih adil dan transparan untuk menjaga keseimbangan antara kepuasan pelanggan dan perlindungan *driver*

Kata kunci: *Dampak Cancel Order; Pendapatan Ojek Online; Rating Customer; Sistem Aplikasi; Strategi Kerja Driver.*

1. LATAR BELAKANG

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang, barang, makanan dan memungut biaya yang disepakati, model transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek *online* yang dikenal dengan nama Go-Jek.

Go-jek memberikan pelayanan mulai dari mengantarkan orang, barang dan makanan dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam. Ojek *online* merupakan angkutan umum yang sedang banyak diminati masyarakat, sama dengan ojek pada umumnya ojek *online* menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan. Ojek *online* kini banyak diminati karena berkembang dengan kemajuan teknologi. Ojek *online* merupakan ojek sepeda motor yang dapat dipesan menggunakan teknologi internet dengan memanfaatkan aplikasi pada telepon genggam. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek *online*. Tidak hanya mengantar orang, ojek *online* dapat mengantar jemput barang sesuai pesanan ataupun membeli makan kemudian diantar pada pelanggan ojek *online* (Fitriani, 2018).

Ojek *online*, yang dikenal sebagai ojek, adalah layanan yang menggunakan sepeda motor untuk menjemput dan mengantar penumpang, dan Anda dapat memesannya menggunakan aplikasi ponsel pintar. Anda dapat membayar perjalanan dengan uang tunai atau melalui metode pembayaran *online*. Aplikasi ini menunjukkan jarak ke tujuan Anda, lama perjalanan, biaya perjalanan, nama pengemudi, dan perusahaan yang mengoperasikan layanan tersebut (Adisasmita, 2010). Ojek *online* seperti gojek telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat urban. Namun, *Cancel order* dan *rattting customer* dapat mempengaruhi kinerja, performa, dan pendapatan *driver*.

Pembatalan pesanan (*Cancel order*) oleh penumpang dapat berdampak negatif pada performa pengemudi ojek *online*. Pembatalan ini dapat menyebabkan kerugian waktu, tenaga, dan potensi kehilangan pendapatan bagi pengemudi. Selain itu, pembatalan juga dapat mempengaruhi reputasi pengemudi di mata sistem aplikasi, yang pada akhirnya bisa mengurangi peluang mendapatkan pesanan di masa depan. Adapun beberapa dampak pembatalan order terhadap pengemudi ojek *online* seperti kehilangan waktu dan tenaga yaitu pengemudi telah menghabiskan waktu dan tenaga untuk menuju lokasi penjemputan, dan pembatalan mengurangi waktu produktif mereka. Potensi kehilangan pendapatan pembatalan

berarti pengemudi tidak mendapatkan ongkos perjalanan, dan jika pembatalan sering terjadi, pendapatan mereka bisa berkurang. Pengaruh pada performa sistem aplikasi ojek *online* seringkali memiliki sistem yang menilai performa pengemudi.

Transaksi antara pengemudi ojek *online* dan pelanggan selalu melibatkan perjanjian atau tanggung jawab. Sebelum menggunakan jasanya, pelanggan terlebih dahulu membuat perjanjian dengan pengemudi ojek *online*, yang dicatat dalam obrolan WhatsApp Business. Perjanjian adalah kesepakatan yang dibuat antara dua orang atau lebih di mana satu pihak memberikan layanan dan pihak lain harus memenuhi tanggung jawabnya (Samudra, D., & Hibar, 2021). Biasanya, hubungan kontrak dimulai dengan diskusi antara orang-orang yang terlibat untuk mencapai kesepakatan yang sesuai karena kontrak mencakup dua kepentingan yang berbeda (Khoiri Harahap, 2022). Selain hukum perdata, Islam juga mengatur bagaimana manusia berhubungan satu sama lain, yang disebut muamalah (hubungan kontraktual) (Fikriani, F., & Permana, 2022). Dalam bahasa Arab, perjanjian atau kontrak disebut akad dan ahd. Akad berarti "hubungan atau kesepakatan," sementara ahd berarti waktu, pesan, kesimpulan, dan komitmen atau kewajiban. Istilah "ahd" sama dengan "kesepakatan", yakni menunjukkan apakah seseorang akan melakukan suatu tindakan, dan tidak bergantung pada apa yang dikehendaki orang lain (Amalia, 2022).

Jika perjanjian sudah menjelaskan sanksi yang akan dikenakan, tidak perlu ada interpretasi. Namun, jika sanksinya tidak jelas, tidak masalah untuk mengklarifikasinya dan mencari tahu maksudnya. Jika niat kedua belah pihak tidak jelas, hal tersebut tidak dapat diabaikan begitu saja. Jika kedua belah pihak sepakat tetapi melanggar ketentuan yang seharusnya mereka patuhi, maka salah satu pihak dapat membatalkan perjanjian tersebut. Selain itu, jika suatu perjanjian hukum tidak memenuhi ketentuan yang diperlukan, perjanjian tersebut secara otomatis menjadi tidak sah (Pratiwi, N. M. A., Budiarta, I. N. P., & Styawati, 2021).

Pembatalan yang sering, terutama jika tanpa alasan yang jelas, dapat menurunkan penilaian performa pengemudi, yang pada gilirannya bisa mengurangi peluang mendapatkan pesanan di kemudian hari, potensi kekecewaan pembatalan juga bisa membuat pengemudi merasa kecewa dan frustrasi, terutama jika pembatalan terjadi berulang kali, Penting bagi penumpang untuk memahami dampak pembatalan bagi pengemudi dan sebisa mungkin menghindari pembatalan pesanan yang tidak perlu. Adapun Beberapa faktor yang dapat menyebabkan penurunan motivasi, kinerja, dan performa pengemudi ojek *online* antara lain: penghasilan yang tidak menentu, persaingan yang ketat, kebijakan perusahaan yang kurang menguntungkan, kurangnya apresiasi, dan masalah pribadi.

Berdasarkan hasil penelitian akibat dari *Cancel order* dan *rating customer* terhadap penghasilan dan jumlah order dari *driver* tersebut, yang mana *driver* akan mengalami macet order dan kendala dari sistem secara otomatis.

2. KAJIAN TEORITIS

Perjanjian hukum yang dibuat dengan benar mengandung janji yang mengikat, yang disebut iltizam, dan tidak dapat ditarik kembali kecuali kedua belah pihak menyetujuinya (Indonesia, 1848). Pasal 1338 juga menyatakan bahwa jika salah satu pihak tidak bertindak secara bertanggung jawab, mereka dapat menghadapi sanksi. Janji yang mengikat atau iltizam ini dapat menimbulkan akibat hukum. Akibat hukum ini hanya memengaruhi orang-orang yang terlibat dalam perjanjian, baik menurut KUH Perdata maupun hukum Islam. Dalam hukum Islam, akibat hukum suatu perjanjian bergantung pada subjek dan apa yang diperjanjikan (Hidayat, 2022). Akibat hukum bagi subjek dapat berbeda. Jika salah satu pihak dengan sengaja tidak memenuhi janjinya, pihak lain dapat mengajukannya ke pengadilan atas kerugian yang ditimbulkan atau melaporkan perbuatan buruknya kepada pihak berwenang. Akibat hukum bagi objek bergantung pada bagaimana perjanjian dipahami dan apa isinya. Setiap perjanjian harus dikaji terlebih dahulu untuk melihat apakah sudah jelas, kurang jelas, atau membingungkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan metode wawancara dan metode observasi. Wawancara dilakukan dengan *driver* ojek *online* GOJEK sejumlah 35 orang. Metode observasi dilakukan dengan mengamati perilaku, motivasi *driver* ojek *online*.

(Lexy J. Moleong, 2018) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah, serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam melakukan penelitian kualitatif ini, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi.

Metode wawancara mendalam ialah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin,

2011). Metode ini digunakan dengan tujuan agar peneliti dapat mengetahui lebih dalam mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pangkalan ojek konvensional Griya Pasteur sebelum dan setelah adanya ojek *online*. Metode Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku, motivasi dari *driver* ojek *online*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, responden yang diteliti adalah ojek *online* wilayah Slawi Kabupaten Tegal. Data yang telah terkumpul dari wawancara kepada kurang lebih 35 orang anggota selanjutnya diolah berdasarkan pada kemampuan penulis dalam menganalisis dan wawasan penulis mengenai teori yang berkaitan dengan subjek dan objek yang diteliti.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa pangkalan ojek *online* yang diteliti berlokasi di Jalan MT. Haryono - Slawi. Lokasi pangkalan ojek tersebut cukup strategis karena berada di sisi perempatan jalan dan banyak pertokoan di kanan kirinya. Pangkalan ojek ini sudah beroperasi sejak tahun 2020 dan memiliki anggota sebanyak 35 orang. Dimana beberapa diantaranya dulunya merupakan ojek pangkalan yang beralih menjadi ojek *online*.

Berdasarkan data dilapangan, 35 responden diantaranya terdiri 31 berjenis kelamin laki-laki dan 4 diantaranya perempuan dengan rata-rata usia 21 tahun sampai 48 tahun dengan pendidikan terakhir anggota Go-Jek merupakan tamatan SMA/SMK sederajat. Pendapatan Rata-rata kurang lebih Rp. 200.000,-/hari.

Ojek *online* telah menjadi bagian penting dalam mobilitas masyarakat modern, termasuk di wilayah Slawi. Keberadaan Gojek sebagai salah satu penyedia layanan transportasi berbasis aplikasi tidak hanya mempermudah mobilitas, tetapi juga membuka peluang kerja bagi masyarakat. Namun, dalam praktiknya, para mitra pengemudi sering menghadapi kendala berupa *Cancel order* dari pelanggan serta penilaian berupa *rating* yang memengaruhi reputasi mereka. Hal ini menimbulkan dinamika yang cukup kompleks karena berhubungan langsung dengan kinerja, performa, dan pendapatan pengemudi.

Hasil analisis berdasarkan wawancara yang didapatkan bahwa *Cancel order* dan *rating customer* sebenarnya mencerminkan hubungan timbal balik antara pelanggan dan pengemudi. Sistem aplikasi menempatkan pelanggan sebagai pihak dominan karena mereka memiliki kendali penuh untuk membatalkan pesanan dan memberikan *rating*. Sementara itu, pengemudi berada pada posisi yang lebih lemah karena mereka harus menerima konsekuensi dari keputusan pelanggan, baik yang rasional maupun emosional.

Pembatalan secara sepihak yang dilakukan oleh customer terhadap ojek *online* dimana *driver* Gojek sedang atau telah menyelesaikan kewajibannya, hal seperti ini tentu sangat

merugikan bagi *driver* ojek *online*. Dengan pembatalannya yang tanpa ada perundingan terlebih dahulu dengan *driver* itu sendiri. Terjadinya pembatalan tersebut tidak diketahui oleh *driver* waktu tepatnya pembatalan itu terjadi (Ardiansyah, 2021). *Cancel order* yang dilakukan pelanggan dapat terjadi karena berbagai alasan, mulai dari perubahan rencana, kesalahan lokasi, hingga ketidaksabaran menunggu *driver*. Bagi pelanggan, hal ini mungkin dianggap hal kecil. Namun, bagi mitra pengemudi, *Cancel order* memiliki dampak signifikan karena mereka sudah mengeluarkan waktu, tenaga, bahkan biaya bahan bakar untuk menuju titik jemput. Dampak langsungnya adalah kerugian finansial dan menurunnya efisiensi kerja.

Selain *Cancel order*, *rating customer* juga menjadi faktor penting dalam menilai performa mitra pengemudi. Sistem *rating* yang diberlakukan oleh Gojek bertujuan memberikan standar kualitas layanan. Akan tetapi, dalam praktiknya, penilaian ini bersifat subjektif dan sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi lalu lintas atau mood pelanggan, yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali *driver*. Akibatnya, performa pengemudi sering kali dinilai tidak adil.

Kinerja pengemudi ojek *online* diukur bukan hanya dari jumlah order yang diselesaikan, tetapi juga dari kepuasan pelanggan yang tercermin dalam *rating*. *Cancel order* dan *rating* rendah dapat memengaruhi motivasi pengemudi dalam bekerja. Semangat kerja yang menurun berdampak pada kualitas layanan berikutnya. Pengemudi mungkin menjadi kurang ramah, terburu-buru, atau bahkan enggan menerima order dengan jarak tertentu karena khawatir terkena risiko cancel.

Dari sisi performa, *Cancel order* dapat mengurangi produktivitas harian pengemudi. Misalnya, dalam satu hari seorang pengemudi menargetkan menyelesaikan 20 order, namun jika terjadi *Cancel order* berulang, jumlah order yang berhasil diselesaikan menjadi lebih sedikit. Hal ini berdampak langsung pada performa yang dicatat dalam sistem Gojek, yang kemudian dapat memengaruhi peluang mereka untuk mendapatkan insentif harian maupun mingguan.

Pendapatan menjadi aspek paling nyata yang terkena dampak *Cancel order* dan *rating customer*. *Cancel order* jelas mengurangi potensi pemasukan karena waktu dan tenaga terbuang tanpa imbalan. Sementara itu, *rating* rendah bisa menyebabkan penurunan prioritas dalam distribusi order. Akibatnya, pengemudi mendapatkan lebih sedikit pesanan dibandingkan rekan yang memiliki *rating* lebih tinggi, sehingga pendapatan per hari pun ikut menurun.

Secara psikologis, kedua faktor ini dapat menimbulkan stres bagi pengemudi. *Cancel order* berulang dan *rating* rendah tanpa alasan yang jelas bisa membuat pengemudi merasa

tidak dihargai, padahal mereka sudah berusaha memberikan pelayanan terbaik. Kondisi ini berpotensi mengganggu kesehatan mental pengemudi, yang akhirnya memengaruhi performa kerja secara keseluruhan. Dengan demikian, permasalahan ini tidak hanya berdampak pada aspek finansial, tetapi juga kesejahteraan emosional pengemudi.

Untuk meminimalisasi dampak negatif *Cancel order* dan *rating* yang tidak objektif, diperlukan strategi manajemen yang lebih adil dari pihak perusahaan. Misalnya, aplikasi dapat memberikan perlindungan bagi pengemudi dengan tidak menghitung *Cancel order* yang disebabkan oleh kesalahan pelanggan, atau menyediakan mekanisme banding atas *rating* yang dirasa tidak sesuai. Dengan demikian, sistem akan lebih seimbang dan tidak merugikan salah satu pihak.

Secara keseluruhan, *Cancel order* dan *rating customer* berperan besar dalam menentukan kinerja, performa, dan pendapatan mitra pengemudi Gojek di Slawi. Analisis kualitatif menunjukkan bahwa kedua faktor ini bukan hanya sekadar indikator teknis, melainkan juga berimplikasi pada aspek sosial dan psikologis pengemudi. Oleh karena itu, penting bagi Gojek untuk terus mengevaluasi kebijakan dan sistemnya agar tercipta hubungan yang lebih adil antara pelanggan dan pengemudi, sekaligus meningkatkan kualitas layanan transportasi *online* secara berkelanjutan.

Bagian ini memuat proses pengumpulan data, rentang waktu dan lokasi penelitian, dan hasil analisis data (yang dapat didukung dengan ilustrasi dalam bentuk tabel atau gambar, bukan data mentah, serta bukan dalam bentuk *printscreen* hasil analisis), ulasan tentang keterkaitan antara hasil dan konsep dasar, dan atau hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya, beserta interpretasinya masing-masing. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjdul, dan seterusnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pembatalan pesanan dan *rating* jelek dari pelanggan berdampak negatif pada kinerja dan pendapatan *driver* Gojek. Pembatalan pesanan, terutama jika sering terjadi, dapat menurunkan *rating driver*, yang pada gilirannya mengurangi jumlah orderan yang diterima dan berpotensi memengaruhi pendapatan. *Rating* yang buruk juga membuat pelanggan enggan memilih *driver* tersebut di masa mendatang, sehingga mengurangi peluang mendapatkan order.

Cancel order dan *rating customer* memiliki dampak signifikan terhadap kinerja, performa, dan pendapatan *driver* Gojek di Slawi. *Driver* perlu meningkatkan keterampilan komunikasi dan pelayanan untuk mengurangi *Cancel order* dan meningkatkan *rating*. Gojek juga perlu mempertimbangkan kebijakan yang mendukung *driver* dalam menghadapi *Cancel order* dan *rating customer*.

DAFTAR REFERENSI

- Fitriani. (2018). Analisis perbedaan pendapatan ojek sepeda motor berbasis online di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 3.
- Adisasmita, R. (2010). *Dasar-dasar ekonomi transportasi*. Graha Ilmu.
- Samudra, D., & Hibar, U. (2021). Studi komparasi sahnyanya perjanjian antara Pasal 1320 KUHPerduta dengan Pasal 52 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. *Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 26–38. <https://doi.org/10.46306/rj.v1i1.9>
- Harahap, S. K. (2022). Renegosiasi kontrak sebagai upaya penyelesaian pelaksanaan kontrak saat pandemi Covid-19. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 29(2), 239–260. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol29.iss2.art1>
- Fikriani, F., & Permana, I. (2022). Tinjauan fikih muamalah dan peraturan daerah terhadap penggunaan tanah hak milik pemerintah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 137–146. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i2.1402>
- Amalia, F. A. (2022). Hukum akad syariah. *Islamic Family Journal*, 3(1), 68–81. <https://doi.org/10.32923/ifj.v3i01.2454>
- Negara Kesatuan Republik Indonesia. (1848). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1338 ayat 2*.
- Hidayat, R. (2022). Fikih muamalah: Teori dan prinsip hukum ekonomi syariah. *Jurnal Hukum Islam*, 1(3).
- Pratiwi, N. M. A., Budiarta, I. N. P., & Styawati, N. K. A. (2021). Akibat hukum perjanjian pinjam-meminjam uang yang dinyatakan batal demi hukum. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(2), 367–372. <https://doi.org/10.22225/jkh.2.2.3257.367-372>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi penelitian sosial*. Airlangga University Press.
- Ardiansyah, M. (2021). *Perlindungan driver ojek online terhadap pembatalan pesanan customer perspektif hukum Islam (Studi kasus pembatalan pesanan Go Food secara sepihak)*.
- Aminah, S., & Kurniawan, D. (2021). Perlindungan hukum terhadap pengemudi ojek online dalam pembatalan sepihak oleh konsumen. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 120–131. <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.10987>
- Fauzan, M., & Rahmawati, L. (2022). Tinjauan hukum Islam terhadap akad jasa transportasi online di Indonesia. *Jurnal Al-Ahkam*, 17(1), 55–67. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2022.17.1.10456>

- Hidayah, N., & Setiawan, A. (2020). Analisis perlindungan konsumen dan mitra pengemudi pada layanan transportasi berbasis aplikasi. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 17(3), 201–214. <https://doi.org/10.54629/jli.v17i3.623>
- Kusuma, R., & Anwar, M. (2023). Keabsahan perjanjian elektronik dalam transaksi layanan ojek online. *Jurnal Yuridis*, 10(1), 88–99. <https://doi.org/10.35586/jjur.v10i1.5432>
- Maulana, F., & Azizah, N. (2021). Implementasi asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian kemitraan ojek online. *Jurnal RechtsVinding*, 10(2), 233–245. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v10i2.781>
- Nurhaliza, D., & Prabowo, H. (2024). Penyelesaian sengketa pembatalan pesanan sepihak pada aplikasi transportasi online. *Jurnal Supremasi Hukum*, 13(1), 45–57. <https://doi.org/10.14421/sh.v13i1.5987>
- Rahman, T., & Lestari, P. (2022). Tinjauan fikih muamalah terhadap praktik jasa titip makanan berbasis aplikasi online. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 140–152. [https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12\(2\).140-152](https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12(2).140-152)
- Wibowo, A., & Sari, M. (2023). Perlindungan hukum bagi driver online terhadap kerugian akibat cancel order. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 11(2), 98–109. <https://doi.org/10.20961/hpe.v11i2.74231>