

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesungguhnya Allah SWT telah menciptakan Islam sebagai ajaran yang haq dan sempurna yang mengatur umat manusia berkehidupan sesuai dengan fitrahnya sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan bantuan satu sama lain dalam menjalankan kehidupannya. Kehidupan yang sesuai dengan fitrahnya adalah panduan utuh antara aspek ukhrawi dan duniawi, individu dan sosial sehingga mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat dan semata-mata untuk mendapatkan keridhoan Allah SWT.

Selain ibadah yang merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada Allah SWT, manusia diperintahkan oleh Allah SWT untuk senantiasa berhubungan dengan manusia lainnya dalam bentuk muamalah untuk saling membantu dan memenuhi kebutuhan dalam menjalani kehidupan satu sama lainnya.

Menurut pengertian umum, muamalah adalah aturan aturan (hukum) Allah untuk mengatur manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan dan menjalankan kehidupannya dengan urusan duniawi antar satu dengan yang lainnya. Dalam bermuamalah diantaranya ada yang memiliki modal namun tidak memiliki keahlian dan waktu yang lebih untuk mengelolanya, dan ada pula yang tidak memiliki modal namun memiliki keahlian di bidang tertentu sehingga keduanya saling membutuhkan dan harus bekerjasama untuk menghasilkan hal yang sempurna dan dapat mengembangkan hal tersebut.¹

Kerjasama adalah salah satu kegiatan muamalah yang berprinsip tolong menolong antar individu untuk mencapai tujuan bersama dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam upaya memenuhi kebutuhannya, manusia memiliki banyak cara agar hal tersebut dapat terlaksana dengan lebih cepat dan praktis, salah satunya dengan memanfaatkan alat dan perkembangan teknologi.

¹ Mardani, Fiqh Ekonomi Syari'ah, (Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2013), hlm. 5

Seiring dengan berkembangnya kebiasaan dan pola hidup manusia, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat manusia selalumemanfaatkan teknologi internet sebagai alat bantu manusia dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Karena pada saat ini teknologi internet menyuguhkan lebih dari sekedar fasilitas untuk komunikasi nirkabel saja melainkan banyak fitur yang bisa digunakan oleh manusia sehingga semakin memudahkan manusia dalam menjalani kehidupan yang saling berhubungan satu sama lain, mulai dari social media, surat elektronik hingga memudahkan seseorang untuk membagikan lebih banyak hal, bahkan dapat memudahkan seseorang berbelanja untuk memenuhi segala jenis kebutuhannya mulai dari kebutuhan primer seperti sandang, pangan dan papan hingga kebutuhan tersier bahkan benda yang tidak memiliki nilai fungsional pun dapat diperoleh dengan hanya beberapa klik saja. Sehingga hal tersebut membuat keseharian manusia pada zaman ini hampir semuanya menggunakan teknologi internet.

Suatu pasar tidak akan terlepas dari adanya hukum penawaran dan permintaan yang sangat berpengaruh terhadap siklus persaingan pasar. Oleh sebab itu semakin banyak pengguna internet dan semakin besar peluang bisnis berbasis Internet (*e-commerce*), maka akan semakin banyak pula persaingan dalam pemasaran. Hal ini pun mendorong masyarakat untuk menciptakan sesuatu hal yang baru yang berbasis internet untuk melakukan pemasaran berbasis internet (*internet marketing*), mulai dari yang melibatkan alat bantu mesin, *website*, media sosial, hingga bekerja sama dengan orang yang aktif dalam menggunakan internet (*berafiliasi marketing*).

Adapun metode pemasaran berbasis internet yang sedang marak berkembang pada saat ini adalah program afiliasi. Program afiliasi merupakan sebuah cara untuk mengiklankan produk melalui internet maupun media sosial dengan berupa *link* yang kemudian pihak yang bergabung pada program afiliasi tersebut akan mendapat imbalan berupa komisi karena pihak tersebut telah memasarkan produk tersebut sehingga berhasil mengundang orang lain untuk melihat atau membeli produk yang dipasarkan oleh pihak afiliasi yang menjadi member program afiliasi. Terdapat beberapa jenis program afiliasi yang digunakan oleh pelaku usaha mulai

dari program afiliasi dalam kategori aplikasi, *freelance*, *supplier*, buku, *fashion*, bisnis, *e-commerce*, *domain*, *hosting*, *marketplace* dan masih banyak lagi.

Dalam kaidah fiqih muamalah, kegiatan pemasaran berbasis internet didasarkan pada kaidah pertama yaitu ²

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya seluruh bentuk muamalah hukumnya adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Dalam praktiknya, banyak yang menyatakan bahwa pemasaran berbasis online dengan jenis (PPS) dengan sistem afiliasi seperti ini secara praktik mirip makelar dengan makelar model konvensional dan termasuk kedalam klasifikasi pengupahan (*ujrah*) dalam Islam, secara spesifik praktik *marketing affiliate* ini termasuk kepada kategori akad *ju'alah* karena dalam praktiknya terdapat komitmen dari satu pihak kepada pihak lain untuk memberinya komisi atas suatu pencapaian yang telah dilakukan.

Islam menegaskan bahwa posisi suatu akad pada suatu transaksi muamalah sangat penting dan menempati tempat yang sangat krusial dan syarat yang menentukan tidak atau diperbolehkannya suatu transaksi dalam bermuamalah. Oleh karena itu dalam bisnis *affiliate marketing* yang terdapat dalam platform shopee pun harus diperhatikan dalam segi akad. Karena pada saat ini shopee merupakan salah satu platform terbesar yang menyediakan program *affiliate*. Dalam suatu akad, ada beberapa syarat umum³ dan syarat yang khusus⁴ yang harus dipenuhi.

Sistem upah yang digunakan dalam praktek *affiliate marketing* yaitu sistem *Pay Per Sale* (PPS), pada model system upah ini para *affiliate* marketer akan mendapatkan mendapatkan komisi atau upah dari setiap transaksi jual beli melalui perantara promosi iklan atau *link-link* produk *affiliate* yang dicantumkan di media

² A. Djazuli, kaidah-kaidah Fiqh: Kaidah- Kaidah Hukum *Islam* Dalam menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis (kencana, jakarta, 2019) hlm 10

³ Syarat umum adalah suatu syarat yang harus disempurnakana dalam suatu transaksi jual beli sehingga jual beli tersebut menjadi syah menurut syariah.

⁴ Syarat khusus adalah suatu syarat yang hanya terdapat pada barang tertentu. Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah (Rajawali Pers, Jakarta, 2014) hlm.49

sosial ataupun website milik *affiliate* marketer tersebut.⁵ Sedangkan komisi atau biaya yang harus dibayarkan oleh *Merchant* (Shopee) kepada member *affiliate* sesuai dengan tarif yang dicantumkan di dalam situs web platform yaitu 2,5% untuk pembeli pengguna lama dan 10% untuk pembeli pengguna baru pada setiap transaksi melalui *link* yang dibagikan oleh member *affiliate*⁶.

Untuk para member yang ingin berbisnis dengan menggunakan program afiliasi maka harus mengisi pendaftaran registrasi pada *website* resmi suatu platform setelah membaca dan bersedia mengikuti kontrak yang menjadi syarat dan ketentuan yang ditetapkan sebagai aturan untuk menjalankan suatu bisnis *affiliate*. Seperti halnya program afiliasi yang terdapat pada platform shopee.

Pada program shopee *affiliate* terdapat kontrak yang dibuat oleh pihak shopee sebagai perjanjian antara member *affiliate* dengan marketplace shopee berupa syarat dan ketentuan yang didalamnya terdapat aturan, hak, serta kewajiban kedua belah pihak yang berkontrak untuk menjalankan bisnis ini.

Kontrak dapat disebut juga dengan perjanjian yaitu suatu kondisi adanya salah satu pihak yang ber *ijab* dan satu pihak lainnya yang terakumulasi sehingga terbentuk kesepakatan dan dapat menimbulkan akibat hukum pada objek dan subjeknya. Dalam pelaksanaan kontrak di berbagai aspek bisnis sering terjadi permasalahan salah satunya yang dipicu oleh isi dari pada kontrak yang dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Hal tersebut dapat timbul dikarenakan dalam isi kontrak tidak memenuhi syarat sah kontrak serta tidak menerapkan asas-asas dalam berkontrak.

Salah satu isi kontrak yang terdapat dalam shopee *affiliate* membahas mengenai batasan tanggung jawab kedua belah pihak yang berakad. Dalam Sebagian isi kontrak tersebut dalam poin 10.1 dan poin 10.2 menyatakan bahwa pihak *affiliate* mengakui dan menyetujui bahwa pihak *Merchant* (shopee) tidak akan bertanggung jawab atas kegagalan teknologi atau prosedur keamanan dan shopee tidak menjamin bahwa materi yang diberikan shopee atau pranala Afiliasi tidak bermasalah dan tidak terdapat gangguan yang dapat mempengaruhi kerugian usaha

⁵ Irfan Ansori, Tinjauan Hukum *Islam* Terhadap Bisnis *Affiliate Marketing* Amazon, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2015)

⁶ <https://help.shopee.co.id/portal/article/72052-Keuntungan-apa-saja-yang-didapat-dari-Shopee-Affiliates-Program%3F>. (diakses pada 15 april 2022 pukul 15.35)

ataupun termasuk kehilangan keuntungan berupa komisi bagi pihak afiliasi.⁷ Sehingga dalam hal ini bersinggungan dengan hukum Islam yang mengatur ketentuan terkait syarat, larangan serta asas dalam berkontrak diantaranya yaitu perlu terpenuhinya asas keseimbangan yang menyatakan bahwa perlu adanya keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima maupun keseimbangan dalam memikul resiko.

Berdasarkan uraian tersebut mendorong penulis untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk mengetahui lebih jelas terkait hukum pelaksanaan bisnis *affiliate marketing* serta kesesuaian isi kontrak yang terdapat dalam program *shopee affiliate*, Terlebih lagi dalam hal ini akad pada internet *marketing* terutama *affiliate marketing* ini secara kajian utama belum banyak diteliti sehingga belum memperoleh kepastian hukum dalam tinjauan hukum ekonomi syariah. Maka penulis akan membahasnya dalam penelitian ini untuk dijadikan skripsi dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bisnis *Affiliate Marketing* Pada Platform Belanja Online Shopee”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka selanjutnya penulis dapat merumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi objek pembahasan. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik bisnis *affiliate marketing* pada platform shopee ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap isi kontrak perjanjian yang terdapat dalam program *shopee affiliate*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian kontrak dalam program *shopee affiliate* ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah.

⁷Syarat dan ketentuan program afiliasi shopee, <https://shopee.co.id/docs/6937>. (diakses pada 15 april 2022 pukul 15.20)

2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik bisnis *affiliate marketing* pada platform shopee.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi serta informasi bagi masyarakat umum terutama bagi mereka yang memperdalam dan mempelajari hukum ekonomi Islam terutama di bidang bisnis *affiliate marketing* dalam internet *marketing*

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dan umumnya bagi seluruh masyarakat, serta dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis agar tidak melanggar syariat Islam.

E. Studi Terdahulu

Sebelum penulis membuat desain untuk penelitian ini, penulis telah melakukan perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini sehingga dapat menjadi referensi sebagai bahan kajian. Adapun beberapa penelitian yang dapat menunjang hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Naskah Publikasi yang ditulis oleh Irfan Anshori dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Affiliate marketing Amazon*”. Membahas mengenai kesesuaian hukum akad bisnis *affiliate marketing* Amazon jika ditinjau dari Hukum Ekonomi Islam.⁸ Perbedaan dengan skripsi yang saya buat adalah pada objek penelitiannya yang memiliki beberapa ketentuan dan praktik program *affiliate* yang berbeda. selain itu skripsi tersebut tidak

⁸ Irfan Ansori, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Affiliate marketing Amazon*, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Surakarta, telah dipublikasi (diakses pada 17 maret 2022)

membahas secara jelas mengenai status hukum pelaku, objek serta tidak membahas kewajiban para pihak penyelenggara affiliate marketing.

2. Skripsi yang ditulis oleh Heri Purwanto, dengan judul: *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pemakelaran dalam Jual Beli Sepeda Motor (Studi Kasus di Desa Ngerangan Bayat Klaten)*. Rumusan masalah yang dibahas dalam skripsi ini berupa analisis hukum Islam terhadap bentuk perjanjian dan ketidak jujuran makelar dan penambahan harga barang oleh makelar. Salah satu persamaan dari skripsi tersebut dengan skripsi yang akan saya susun ialah terletak pada pembahasan mengenai kemakelaran.⁹ Perbedaannya, skripsi tersebut dengan skripsi yang akan penulis susun yaitu dari segi praktik pemakelarnya skripsi yang akan penulis susun melalui teknologi internet yaitu internet *marketing* pada *e-commerce* sedangkan skripsi tersebut tidak., selain dari pada itu pada skripsi tersebut lebih membahas mengenai itikad baik dalam melaksanakan perjanjian (kontrak) sedangkan pada skripsi yang saya buat lebih membahas mengenai kesesuaian dan keabsahan isi pejanjiannya.
3. Skripsi yang ditulis oleh Atsna Farihatu ‘ulya dengan judul “*Perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam praktik program affiliasi Lazada.co.id Pada komunitas Lazabot (kajian persfektif kitab undang-undang hukum perdata dan hukum Islam)*” skripsi ini membahas mengenai bagaimana perlindungan hukum bagi pihak afiliasi yang diberikan peluang usaha oleh Platform Lazada pada program Afiliasi Lazada.co.id yang di tinjau dari KUH Perdata dan hukum Islam.¹⁰ skripsi yang akan penulis buat dan skripsi tersebut sama sama membahas mengenai perjanjian dalam program affiliate marketing namun yang membedakannya yaitu skripsi tersebut lebih membahas secara khusus perlindungan hukum seorang affiliate pada program afiliasi sedangkan skripsi yang saya buat tidak membahas secara

⁹ Heri Purwanto, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pemakelaran dalam Jual Beli Sepeda Motor (Studi Kasus di Desa Ngerangan Bayat Klaten)*, Muamalah Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014, telah dipublikasi (diakses pada 17 maret 2022)

¹⁰ Atsna farihatu ‘Ulya, *Perlindungan Hukum Tewrhadap Afiliasi Dalam Praktik Program Afiliasi Lazada.co.id Pada Komunitas Lazabot*, Hukum ekonomi syariah Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang 2020 (diakses pada 26 september 2022)

rinci mengenai perlindungan hukumnya melainkan lebih membahas mengenai isi dari perjanjiannya selain itu yang menjadi objek penelitiannya juga berbeda.

4. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Muhamim dengan judul “*Analisis Strategi affiliate marketing Terhadap tingkat penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung*)” skripsi ini membahas tentang strategi internet *marketing* melalui program *affiliate* sehingga dapat mempengaruhi tingkat penjualan produk.¹¹ Adapun perbedaan dengan skripsi yang saya buat adalah skripsi saya membahas mengenai pandangan hukum Islam terkait praktik internet *marketing* pada program *affiliate* sedangkan skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk melalui program *affiliate*.
5. Skripsi yang ditulis oleh Dinda Larasati Mauby dengan judul “*Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap Paid Promote pada akun Instagram info UIN SGD Bandung*”. membahas tentang promosi penjualan melalui media sosial media yaitu Instagram, menurutnya iklan promosi penjualan melalui Instagram adalah media dalam promosi iklan yang paling berpengaruh terhadap minat belanja secara online sehingga hal tersebut bisa dijadikan peluang bisnis yang baru pada zaman sekarang.¹² Adapun perbedaannya skripsi tersebut membahas mengenai internet *marketing* berupa endorsemen yang mana seseorang hanya perlu mempromosikan produknya saja melalui media sosial untuk mendapatkan komisi dari penjual produk sedangkan skripsi yang akan penulis buat yaitu membahas mengenai *affiliate marketing* yang mana seorang publisher akan mendapatkan komisi setelah

¹¹ Ahmad Muhaimin, *Analisis Strategi Affiliate marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung*, Skripsi program Sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017, telah dipublikasi (diakses pada 17 Maret

¹² Dinda Larasari Mauby *Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap Paid Promote pada akun Instagram info UIN SGD Bandung*, Skripsi program studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung 2020, Telah dipublikasi (diakses pada 16 Maret 2022)

produk penjualan yang dipromosikan oleh dia terjual melalui perantara seorang publisher.

Table 1. 1 Studi Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Irfan Ansori (2013)	Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis <i>Affiliate marketing</i> Amazon	Membahas mengenai program <i>affiliate marketing</i>	Subyek yang digunakannya berbeda sera Tidak membahas kontrak.
2	Heri Purwanto (2014)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pemakelaran dalam Jual Beli Sepeda Motor (Studi Kasus di Desa Ngerangan Bayat Klaten)	Membahas mengenai usaha bisnis yang berhubungan dengan <i>affiliate marketing</i>	Mekanisme <i>marketing</i> serta Subjek yang digunakan berbeda
3	Atsna Farihatul 'Ulya (2020)	Perlindungan Hukum Terhadap Affiliasi Dalam Praktik Program Affiliasi Lazada.co.id Pada Komunitas Lazabot	Membahas mengenai internet <i>marketing</i> yang merupakan jenis strategi pemasaran yang efektif pada zaman sekarang	Skripsi tersebut berfokus membahas perlindungan hukum seorang affiliate serta objek penelitian yang berbeda
4	Ahmad Muhamin (2017)	Analisis Strategi affiliate marketing Terhadap tingkat penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung	Membahas mengenai usaha bisnis internet <i>marketing</i> dengan program <i>affiliate marketing</i>	Skripsi tersebut fokus membahas mengenai strategi <i>marketing</i> serta memiliki objek berbeda
5	Dinda Larassari Mauby (2020)	Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap <i>Paid Promote</i> pada akun Instagram info UIN SGD Bandung	Membahas mengenai internet <i>marketing</i> yang merupakan jenis strategi pemasaran yang efektif pada zaman sekarang	Dalam penelitian tersebut program internet <i>marketing</i> yang gunakan adalah endorsement dengan memanfaatkan

				media sosial sehingga akad yang digunakan berbeda.
--	--	--	--	--

F. Kerangka Berpikir

Pada zaman sekarang transaksi jual beli jauh lebih mudah dengan adanya *e-commerce*, yang mana jual-beli berbagai macam produk maupun jasa dapat dilakukan melalui internet.¹³ Kontrak melalui *web site* dapat dilakukan dengan cara situs *web* seorang *supplier* (baik yang berlokasi di server *supplier* maupun diletakkan di server pihak ketiga) memiliki keterangan produk atau jasa dan satu seri halaman yang bersifat *selfcontraction*, sehingga dapat digunakan untuk membuat kontrak sendiri, yang menyebabkan pengunjung *web* dapat memesan produk atau jasa tersebut.¹⁴ Dalam peraturan UU No. 19 tahun 2016 mengenai *e-commerce* tentang informasi dan transaksi elektronik.

Sebagaimana kita ketahui bahwa setiap transaksi apabila sudah terpenuhi seluruh rukun dan syaratnya. Seperti ijab dan qobul yang disebut dengan ungkapan dan keinginan. Ungkapan ini dapat diwujudkan dengan apapun yang menunjukkan kepada kebiasaan maupun perkataan seperti *lafadz*, pekerjaan, isyarat, ataupun lisan. Meskipun antara penjual dan pembeli tidak saling bertemu dalam satu tempat akan tetapi syarat-syarat jual beli telah terpenuhi maka jual beli ini sah. Adapun barang yang tidak hadir, maka penjual harus menyebutkan sifat-sifat dari barang tersebut dan menyebutkan jumlah bilangannya sehingga jual beli dengan menggunakan media elektronik ini hukumnya sah dan diperbolehkan dengan syarat berdasarkan etika-etika jual beli dan tidak bertentangan dengan syariah Islam.¹⁵ Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ....

¹³https://www.onebusiness.ca/sites/default/files/MEDI_Booklet_ECo.mmerce_accessible_E_final.pdf, diakses pada 18 maret pukul 20.37 WIB

¹⁴ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis* (Ghalia Indonesia, Bogor, 2010) h. 65.

¹⁵ Arie Rachmat Soenjoto, "E-commerce Dalam Perspektif Islam," dalam *Islamic Economics Journal*, Vol. 1, No. 2 (Desember 2015) Universitas Darussalam Gontor, h. 214.

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji!...¹⁶

Semakin menjamurnya *e-commerce* juga menjadi salah satu faktor berkembangnya media promosi, salah satunya yang saat ini sedang populer ialah internet *marketing*. Kegiatan pemasaran internet umumnya berkisar pada hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pencarian pembeli dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran untuk menjual produk atau jasa. Pemasaran internet ini secara umum meliputi kegiatan jasa digital, produk digital, dan periklanan dengan menggunakan spanduk digital. Periklanan dengan menggunakan spanduk digital seperti promosi melalui *search engine*, *e-mail*, maupun *affiliate marketing*.¹⁷

Salah satu jenis internet *marketing* ialah *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* adalah suatu perbuatan dimana kita mempromosikan suatu produk dari *merchant* tertentu dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang terjadi.¹⁸

Untuk menekuni bisnis *affiliate marketing*, salah satu tahap yang harus dilalui ialah melakukan perjanjian (berkontrak) antara pihak *affiliate* dan *merchant* melalui perjanjian afiliasi.

Secara etimologis perjanjian dalam bahasa Arab yaitu *mu'ahadah ittifa* atau *akad*. Dalam bahasa Indonesia dikenal perjanjian dikenal dengan kontrak atau persetujuan yang artinya adalah suatu perbuatan yang dapat menimbulkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban bagi para pihak yang berkontrak yang dapat diamati secara tertulis maupun tersurat.¹⁹ Dalam al-qur'an istilah akad yaitu *al aqadu* yang berarti perjanjian atau perikatan.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) akad diartikan sebagai kesepakatan antara dua belah pihak atau lebih untuk melakukan suatu perbuatan hukum tertentu. Suatu akad diwujudkan dalam ijab dan qobul yang menunjukkan

¹⁶ Al-qur'an Kemenag, QS Al-maidah /5:1.

¹⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet/. diakses pada 24 maret 2022 pukul 21:04 WIB.

¹⁸ *Affiliate marketing Handbook* Oktober 2016, hlm. 5, https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/11/IAB-Affiliate-Marketing-Handbook_2016.pdf. diakses pada 11 maret 2022 pukul 23.44

¹⁹ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak* 2020, h.3

kesukarelaan secara timbal balik terhadap perjanjian yang dilakukan oleh masing-masing pihak yang harus sesuai dengan syariat Islam.²⁰

Menurut pasal 1320 KUH Perdata, syarat-syarat berkontrak/perjanjian adalah sebagai berikut:

1. Adanya kesepakatan yang mengikat para pihak yang melakukan perjanjian.
2. Ada kecakapan pihak-pihak untuk membuat perjanjian.
3. Ada suatu hal tertentu. Dalam membuat suatu perjanjian, objek perjanjian dapat ditentukan jenis barang tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.²¹

Dalam pelaksanaannya juga perlu memegang teguh asas-asas perjanjian dan etika bisnis Islam. Adapun asas-asas perjanjian dalam Islam diantaranya adalah:

1. Asas *ibahah* (*mabda al-ibahah*) yang pada dasarnya prinsip berbisnis itu boleh terkecuali ada dalil yang melarangnya.
2. Asas kebebasan berkontrak atau berakad (*mabda hurriyyah at-aqud*) hukum Islam mengakui bahwasannya adanya kebebasan dalam berkontrak, yaitu suatu prinsip hukum yang menyatakan bahwa setiap orang dapat membuat akad jenis apapun yang terikat dan telah ditetapkan dalam undang-undang syariah serta dibebaskan memasukkan klausul apa saja kedalam akad yang dibuatnya sesuai dengan kepentingannya sejauh tidak merugikan atau mendzolimi salah satu pihak.
3. Asas Konsensualisme (*mabda'ar-radhaiyyah*) dalam asas ini dikatakan bahwa untuk terjadinya perjanjian cukup dengan tercapainya kata sepakat antara dua pihak yang melakukan perjanjian, tanpa perlu memenuhi formalitas-formalitas tertentu. Dalam hukum Islam kebanyakan suatu perjanjian berdasar konsensual.
4. Asas janji itu mengikat, yang merujuk pada Al-qur'an dan Al-hadis banyak terdapat perintah agar manusia memenuhi janji-janinya. Dalam kaidah

²⁰ Pasal 20 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

²¹ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, (Ghalia Indonesia, Bogor, 2010) h. 62.

ushul fiqh “perintah itu pada dasarnya menunjukan wajib”. Maka suatu janji itu bersifat mengikat dan wajib dipenuhi.

5. Asas keseimbangan (*mabda'at-tawazun al-muawadhah*) dalam hal ini Islam menegaskan bahwa perlu adanya keimbangan antara pihak yang meakukan perjanjian, baik keseimbangan terhadap apa yang diberikan maupun keseimbangan mengenai apa yang diterima serta seimbang dalam memikul resiko.
6. Asas kemaslahatan (*mabda' al-maslahah*) pada asas ini berarti sebuah perjanjian yang dibuat tidak boleh memberatkan. Dengan asas ini dimaksud bahwa suatu akad dibuat oleh para pihak bertujuan untuk mewujudkan sesuatu yang maslahat bagi mereka dan tidak menimbulkan kerugian (*mudharat*). Apabila dalam pelaksanaan perjanjian terjadi suatu perubahan keadaan yang tidak dapat diketahui sebelumnya serta membawa kerugian yang fatal bagi para pihak bersangkutan serta memberatkannya. Maka kewajiban dapat diubah disesuaikan dengan batas yang masuk akal.
7. Asas Amanah (*mabda' al-amanah*) maksud dari asas ini bahwa masing-masing pihak yang melakukan perjanjian haruslah beritikad baik dalam melakukan trasaksi dengan pihak lainnya dan tidak dibolehkan jika salah satu pihak memanfaatkan ketidaktahuan mitranya.
8. Asas keadilan (*al-adalah*) asas ini menyatakan bahwa keadilan merupakan inti dari setiap perjanjian yang dibuat oleh para pihak. Tidak sedikit di zaman sekarang akad ditutup oleh satu pihak dengan pihak lain tanpa ia memiliki kesempatan untuk meakukan negosiasi mengenai kausul akad itu telah dibakukan oleh pihak lain.²²

Perjanjian diklasifikasikan dalam Islam menjadi beberapa macam, yang setiap macamnya tergantung pada sudut pandangnya. Diantara bagian akad yang terpenting adalah sebagai berikut:

²² Ika Yunia Fauzia, *Prinsip dasar ekonomi Islam*, (Prenada media grup, Jakarta, 2014) h.78

1. Akad dilihat dari ketentuan syarannya dibagi menjadi dua yaitu: pertama akad *sahih* atau akad yang memenuhi unsur dan syarat yang telah ditetapkan oleh syara dan kedua akad tidak *sahih* atau akad yang tidak memenuhi unsur dan syaratnya.
2. Akad dilihat dari penamaanya dibagi menjadi dua yaitu: pertama akad yang telah dinamai syara' seperti jual beli, hibah, gadai dan sebagainya dan kedua akad yang belum dinamai syara' tetapi sesuai dengan perkembangan zaman.
3. Akad dilihat dari maksud dan tujuan akad dibagi menjadi lima yaitu: kepemilikan, menghilangkan kepemilikan, kemutlakan, perikatan, penjagaan.
4. Akad dilihat dari zatnya dibagi menjadi dua yaitu: benda yang berwujud (*al'an*) dan benda tidak berwujud (*ghair al-'ain*)²³

Transaksi dalam Islam haruslah didasari dengan adanya suka sama suka, hal ini bertujuan untuk memperoleh suatu keadilan dalam sebuah transaksi, sehingga tidak menimbulkan kerugian diantara masing-masing pihak. Allah SWT telah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: hai orang-orang beriman jangan kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Q.S An-nisa: 29).²⁴

Adapun sebab mengapa sebuah transaksi akad yang dilarang dalam Syariat Islam dapat dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu:

²³ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (CV Pustaka Setia, Bandung, 2001) h.66.

²⁴ Al-qur'an kemenag QS An-nisa/ 4:29

1. *Haram lidzatihi* atau dilarang karena aktivitas ataupun objek akadnya yang haram. Aktivitas yang diharamkan atau dilarang diantaranya yaitu: judi (*maysir*), Riba, aktivitas terkait bisnis *khamr* atau minuman yang memabukan, dan aktivitas terkait perzinaan. Sementara objek transaksi yang dilarang syariat adalah daging babi dan turunannya, bangkai, sembelihan orang musyrik, anjing, *khamr*, dan berhala.
2. *Haram lighairihi* atau haram di luar aktivitas objek akadnya. Cukup banyak akad yang tergolong dalam kategori ini seperti transaksi akad yang bersifat *gharar* adalah transaksi akad yang terdapat ketidak pastian dan dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, transaksi akad yah bersifat *tadlis* atau penipuan yang dilakukan oleh salah satu pihak, dan transaksi akad yang bersifat *dzalim*.
3. Transaksi yang akadnya tidak lengkap syarat akadnya. Dalam syari'at Islam apabila rukun akad bermasalah maka transaksi tersebut tergolong bathil dan harus diulangi sementara itu apabila syaratnya tidak lengkap maka akadnya tergolong *fasid* dan harus diperbaiki terlebih dahulu. Salah satu bentuk akad transaksi pada kategori ini adalah *ta'alluq*, yakni transaksi yang pelaksanaannya bergantung pada akad/trasaksi lain.²⁵

Beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mengetahui jenis internet *marketing* dengan bentuk akad tertentu ialah dengan mengetahui peran dari pelaku yang terlibat, mekanisme, serta aplikasinya. Jika diperhatikan dari mekanismenya, *Shopee affiliate marketing* termasuk dalam akad jual-beli dengan menggunakan perantara. perbuatan mengupah perantara karena jasanya diperbolehkan. Hal tersebut ada pada Al Quran surat Yusuf ayat 72 berikut:²⁶

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ ﴿٧٢﴾

²⁵ Imam Wahyudi Indrawan, mahasiswa Magister Ekonomi IIUM, <https://isepid.id/akad-akad-yang-dilarang-dalam-fiqh-muamalah/>. Diakses pada 19 April, 2022 pukul 22.48 WIB

²⁶ <https://www.mushaf.id/surat/yusuf/>. diakses pada 25 maret, 2022 pukul 15.20 WIB

Artinya: “Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”. (Q.S Yusuf: 72)

Istilah *Ju'alah* dalam kehidupan sehari-hari diartikan oleh para *fuqaha* yaitu memberi upah kepada orang lain yang dapat menemukan barangnya yang hilang, mengobati orang yang sakit, atau seseorang yang menang dalam sebuah kompetisi. Jadi, *ju'alah* bukanlah hanya terbatas pada barang yang hilang namun setiap pekerjaan yang dapat menguntungkan seseorang.²⁷ Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ju'alah* adalah perjanjian imbalan dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.²⁸

Para ulama sepakat tentang kebolehan *ju'alah*, karena memang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan yang tidak sanggup dikerjakan oleh sendiri dan tidak ada orang yang bisa membantu secara sukarela. Pekerjaan itu tidak dapat dilakukan dengan akad *ijarah* karena tidak jelas batas pekerjaan, waktu, dan sebagainya sehingga yang boleh dilakukan dengan memberinya *ju'alah* seperti akad sewa dan bagi hasil. Dalam hadist Nabi SAW dijelaskan :

حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ: حَدَّثَنَا غُنْدَرٌ: حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، عَنْ أَبِي بَشْرِ، عَنْ أَبِي لَمْتَوَكِلٍ،

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ ﷺ أَتَوْا عَلِيَّ حَتَّى

مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَقْرُوهُمْ، فَبَيْنَمَا هُمْ كَذَلِكَ، إِذْ لُدَّ غَ سَيِّدُ أَوْلِيكَ، فَقَالُوا: هَلْ

مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا: إِنَّكُمْ لَمْ تَقْرُونَا، وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعَلًا،

²⁷ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 70.

²⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenada Media grup, 2012), 314.

فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ، فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمْرِ الْقُرْآنِ، وَيَجْمَعُ بِرَاقِهِ وَيَتَنَفَّلُ، فَبَرَأَ

فَأَتَوْا بِالشَّاءِ، فَقَالُوا: لَا نَأْخُذُهُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ ﷺ، فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ: (وَمَا

أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ، خُذُوهَا وَاضْرِبُوا لِي بِسَهْمٍ): (البخاري)

"Sekelompok sahabat Nabi s.a.w. melintasi salah satu kampung orang Arab. Penduduk kampung tersebut tidak menghidangkan makanan kepada mereka. Ketika itu, kepala kampung disengat kalajengking. Mereka lalu bertanya kepada para sahabat: 'Apakah kalian mempunyai obat, atau adakah yang dapat me-ruqyah (menjampi)?' Para sahabat menjawab: 'Kalian tidak menjamu kami; kami tidak mau mengobati kecuali kalian memberi imbalan kepada kami.' Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang sahabat membacakan surat al-Fatihah dan mengumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut; ia pun sembuh. Mereka kemudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, 'Kita tidak boleh mengambil kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi s.a.w. Beliau tertawa dan bersabda, "Bagaimana kalian tahu bahwa surat al-Fatihah adalah ruqyah! Ambillah kambing tersebut dan berilah saya bagian." (HR. Bukhari).²⁹

Menurut fatwa komisi fatwa Saudi Arabia, Al Lajnah Ad Daimah berpendapat bahwa pengambilan komisi bagi broker / *affiliate* (dari pihak buyer/pembeli) dirinci sebagai berikut:

1. Jika komisi bagi broker / *affiliate* dibebankan pada harga yang mesti dibayar pembeli tanpa sepengetahuan pembeli, maka tidak dibolehkan karena merugikan pembeli
2. Jika komisi bagi broker / *affiliate* tidak dibebankan pada pembeli atau dibebankan pada pembeli dengan seizinnya, maka dibolehkan.³⁰

Sebagai salah satu tolak ukur diperbolehkan atau tidaknya suatu transaksi, tidak terlepas dari kaidah-kaidah utama fikih muamalah, diantaranya:

²⁹ Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah

³⁰ Muhammad Ala'udin, *Tinjauan Islam Terhadap Komisi Broker*, Jurnal ekonomi Syariah Darussalam, Vol 1 agustus 2020, hlm. 34. diakses pada 12 maret 2022, pukul 21.30 WIB

1. *Al-Ashl fi al-muamalah al-ibahah* (hukum dasar muamalat adalah mubah)
2. *Al-Ibrah bi al-maqashid wa al-musammayyat la bi al-alfazh wa at-tasmiyah* (patokan yang jadi pegangan adalah maksud dan substansi ataupun penamaannya)
3. *Tahrim akl al-amwal an-nas bi al-bathil* (diharamkan memakan harta orang lain secara tidak benar).
4. *La dharara wa la dhirar* (tidak boleh merugikan diri sendiri maupun orang lain)
5. *At-Takhfif wa at-taysir la at-tasydid wa at-ta'sir* (memperingan dan mempermudah, bukan memperberat ataupun mempersulit)
6. *Ri'ayah adh-adharurat wa al-hajat* (memperhatikan keterpaksaan dan kebutuhan)
7. *Mura'ah al-adat wa al-a'raf fi ma la yukhalif asy-syara'* (memperhatikan tradisi dan kebiasaan masyarakat yang tidak menyalahi syariat)

Kaidah-kaidah muamalah diatas bisa dikatakan sebagai pagar yang membatasi internet marketer dalam menjalankan bisnisnya, khususnya membatasi dari perilaku yang dapat mengakibatkan terjerumus kepada ketidakadilan dalam bisnis yang dijalankan

