

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Teknologi dan internet telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sebagian besar manusia. Berbagai aktivitas kehidupan kini dapat dilakukan dengan mudah melalui ponsel dan koneksi internet. Perlu diakui bahwa perkembangan komunikasi global yang terhubung melalui internet telah mengubah berbagai aspek pranata sosial, budaya, politik, ekonomi, teknologi, dan peradaban manusia di seluruh dunia.<sup>1</sup> Perubahan ini juga mempengaruhi budaya dan pola bisnis, yang telah bertransformasi dari tradisional menjadi berbasis digital.

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara transaksi bisnis dilakukan, dengan mengembangkan model interaksi antara pelaku bisnis dan pelanggan di dunia maya. Perubahan ini dapat diamati melalui beragam upaya yang dilakukan oleh sektor bisnis dalam mengalihkan aktivitas yang sebelumnya berbasis di dunia nyata kemudian mengembangkannya ke dunia maya (virtual).<sup>2</sup> Perubahan ini dapat dicontohkan dengan adanya transformasi sektor bisnis yang semula beroperasi secara konvensional, seperti toko fisik, pasar tradisional, atau agen perjalanan, yang kemudian mengadopsi pendekatan berbasis *online*. Sebagai contoh, toko-toko ritel mengembangkan situs web atau aplikasi *mobile* untuk menjual produk mereka secara *online*. Pelanggan dapat melakukan pembelian melalui platform tersebut tanpa harus pergi ke toko fisik. Demikian pula, perusahaan perjalanan meluncurkan platform *online* yang memungkinkan pelanggan memesan tiket, reservasi hotel, dan layanan transportasi dengan cepat dan mudah melalui internet, dan lain sebagainya.

Internert hadir dengan menawarkan alternatif bisnis yang memiliki prospek besar. Dalam program pemasaran internet, individu dituntut untuk memiliki

---

<sup>1</sup> Ali Hasan Zein, *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam Di Era Digital* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019). Hlm. 1

<sup>2</sup> Abdul Halim Barkatullah and Syahrida, *Sengketa Transaksi E Commerce Internasional* (Bandung: Nusamedia, 2018). Hlm. 2

keterampilan dalam membangun situs web khusus yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan pendapatan (monetisasi).<sup>3</sup> Salah satu alternatif skema bisnis yang ditawarkan di era sekarang adalah *affiliate marketing*.

*Affiliate marketing* adalah sebuah model bisnis di mana seseorang diberikan kompensasi atas jasanya dalam menjual produk atau layanan dari seorang *merchant* atau perusahaan tertentu secara *online* melalui internet. Sistem ini melibatkan kerjasama antara pihak yang menjual produk atau layanan (*merchant*) dengan individu lain yang berperan sebagai *affiliator* untuk memasarkan produk atau layanan tersebut kepada calon konsumen.<sup>4</sup> Prinsip kerja dengan sistem afiliasi ini adalah penjualan berbasis komisi. Dengan cara tersebut, perusahaan/*merchant* bertujuan agar produk yang dijualnya lebih dikenal secara luas oleh konsumen melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, dan lain sebagainya.

Model bisnis yang mengadopsi sistem afiliasi memberikan manfaat positif, baik bagi perusahaan maupun tenaga kerja. Bagi perusahaan, sistem afiliasi memungkinkan mereka untuk memasarkan produk dengan modal yang relatif kecil.<sup>5</sup> Sementara itu, bagi para pekerja, terlibat dalam bisnis dengan sistem afiliasi sangat membantu dalam meningkatkan penghasilan, terutama dalam situasi persaingan ketat di dunia kerja, sehingga sistem afiliasi bisa menjadi solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran.

Saat ini penggunaan sistem *affiliate marketing* telah menjadi umum digunakan oleh berbagai *marketplace*. Salah satu contoh *marketplace* yang mengadopsi sistem afiliasi adalah Shopee. Shopee merupakan sebuah platform *marketplace* yang berbentuk aplikasi dan telah meraih popularitas yang tinggi di Indonesia. Menurut data dari *iprice.co.id*, Shopee menduduki peringkat kedua dalam jumlah kunjungan berbasis web dengan total pengunjung per bulan sebanyak 131.296.667

---

<sup>3</sup> Irfan Ansori, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon* (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015). Hlm. 1

<sup>4</sup> Arasy Alimudin and Gatut Purwantoro, *Digital Marketing Untuk UMKM* (Surabaya: Narotama University Press, 2022). Hlm. 118

<sup>5</sup> Prastica Astrid Octaviandini Chadys, Liyu Adhi Kasari Sulung, and Mutiara Baby Admeinasthi, *Pengaruh Internasionalisasi, Afiliasi Bisnis, Dan Research & Development Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*, *Jurnal Siasat Bisnis* 22, no. 1 (2018). Hlm. 66

pengunjung. Shopee juga tercatat sebagai salah satu *e-commerce* paling populer di media sosial Instagram, dengan total 8,7 juta pengikut. Diikuti oleh Tokopedia dengan 5,2 juta pengikut, Lazada dengan 3,1 juta pengikut, Blibli dengan 2,2 juta pengikut, dan Bukalapak menempati peringkat kelima dengan 2,1 juta pengikut. Kelima perusahaan *e-commerce* ini berhasil mempertahankan popularitas mereka di platform Instagram selama kuartal kedua tahun 2022.<sup>6</sup>

Shopee menggunakan sistem afiliasi dalam salah satu skema bisnisnya. Program tersebut dinamakan '*Shopee Affiliates Program*'. *Shopee Affiliate Program* atau program afiliasi Shopee adalah program yang memberikan penghasilan tambahan kepada pembuat konten yang mempromosikan produk Shopee di media sosial.<sup>7</sup>

Agar bisa mendapatkan keuntungan yang ditawarkan seseorang terlebih dahulu mendaftar menjadi anggota *Shopee Affiliates Program*. Sebagai anggota program afiliasi, pengguna Shopee diberikan kebebasan berkreasi dan berinovasi dalam memasarkan produk sesuai dengan syarat dan ketentuan dari Shopee. Konten kreator akan mendapatkan komisi ketika ada pembeli yang membeli barang melalui *link* yang dibagikan oleh konten kreator.

Keuntungan yang didapat konten kreator (*affiliate marketer*) dari program *Shopee Affiliate* ini berupa persentase komisi dari harga produk yang terjual. Komisi baru dihitung setelah selesainya transaksi yang sah. Besar persentase komisinya adalah 10% jika pesanan berasal dari pengguna baru dan 2,5% jika pesanan berasal dari pengguna lama atau maksimal Rp10.000 per-transaksi.

Program afiliasi dari Shopee memberikan solusi bagi masyarakat untuk bisa menghasilkan uang dengan modal yang minim, hanya dengan membagikan *link* produk lalu bisa mendapat komisi. Kemudahan serta besarnya komisi yang didapat membuat program afiliasi Shopee diminati banyak orang. Namun, menjadi pertanyaan, apakah skema bisnis dengan sistem afiliasi pada *Shopee Affiliates Program* sudah sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

---

<sup>6</sup> IPrice Group, *Peta E-Commerce Indonesia*, accessed December 2, 2022, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

<sup>7</sup> Agita Natalia, *Ketahui Apa Itu Shopee Affiliates Program Dan Dapatkan Komisinya!*, accessed June 20, 2022, <https://Shopee.co.id/inspirasi-Shopee/Shopee-affiliates-program/>.

Jika diperhatikan dari mekanismenya, skema afiliasi dalam *Shopee Affiliates Program* bisa digolongkan dalam kategori akad *ju'alah*. Dalam fikih muamalah, akad *ju'alah* diartikan sebagai janji untuk memberikan imbalan (*ju'l*) atau *reward* kepada pihak lain apabila berhasil mencapai *natijah* (misi) tertentu.<sup>8</sup> Kesamaan antara program afiliasi Shopee dengan akad *ju'alah* terletak pada kesamaan unsur-unsurnya, yaitu adanya *ju'l* atau imbalan (komisi yang didapat) dan *natijah* atau misi (menjual produk melalui *link* yang dibagikan) yang harus dilakukan.

Sah atau tidaknya akad *ju'alah* ditentukan oleh sejumlah rukun dan syarat dalam akad *ju'alah*. Rukun dalam akad *ju'alah* antara lain;<sup>9</sup> 1) *jā'il* yang memberikan tugas atau misi untuk melakukan *ju'alah*; 2) *'āmil* yang melakukan *ju'alah*; 3) objek *ju'alah*; 4) *ju'l*/upah; dan 5) akad. Upah dalam *ju'alah* disyaratkan harus diketahui jumlahnya. Jika upah *majhul* (tidak jelas) maka hal itu bisa merusak akad *ju'alah* (*fasid*)<sup>10</sup> dan dapat dibatalkan.<sup>11</sup>

Dalam Islam, kedudukan akad dalam sebuah transaksi sangat penting. Akad menempati posisi yang menentukan apakah suatu transaksi bisnis diperbolehkan atau tidak. Keabsahan akad ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat suatu akad. Dalam konteks penelitian ini, salah satu syarat yang harus dipenuhi pada akad *ju'alah* adalah harus jelasnya jumlah *ju'l*/komisi yang akan didapat. Program afiliasi Shopee dalam proses pemberian komisi menimbulkan pertanyaan, apakah mekanisme yang diatur sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan pada akad *ju'alah*. Oleh sebab itu, hal ini memerlukan kajian yang lebih mendalam dari perspektif fikih muamalah.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk meneliti dan memahami lebih jauh terkait *Shopee Affiliates Program*, bagaimana skema transaksinya, serta bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariahnya terhadap program tersebut. Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk mengkaji hal

---

<sup>8</sup> Ja'ih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyah: Akad Ijārah dan Ju'alah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020). Hlm. 272-273

<sup>9</sup> Andri Soemitra, *Hukum Eknomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019). Hlm. 160

<sup>10</sup> Soemitra, *Hukum Eknomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Hlm. 161

<sup>11</sup> PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017). Pasal 22

tersebut dalam skripsi yang berjudul **IMPLEMENTASI AKAD *JU'ĀLAH* DALAM SKEMA AFILIASI (STUDI KASUS SHOPEE *AFFILIATES* PROGRAM).**

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan Shopee *Affiliates* Program pada aplikasi Shopee?
2. Bagaimana implementasi akad *ju'ālah* dalam mekanisme Shopee *Affiliates* Program?
3. Bagaimana analisis tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap Shopee *Affiliates* Program?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan mekanisme pelaksanaan Shopee *Affiliates* Program pada aplikasi Shopee
2. Untuk mendeskripsikan implementasi akad *ju'ālah* dalam mekanisme Shopee *Affiliates* Program
3. Untuk menganalisis Shopee *Affiliates* Program dalam tinjauan hukum ekonomi syariah

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini menjadi dua macam kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Memberikan ilmu pengetahuan yang baru mengenai fenomena transaksi ekonomi yang ada di masyarakat berikut dengan tinjauan hukum ekonomi syariahnya.
  - b. Menambah khazanah keilmuan di bidang fiqih muamalah, terutama yang berkaitan dengan *ju'ālah* (komisi).

c. Menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca mengenai serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

## 2. Kegunaan Praktis

Manfaat penelitian ini terutama manfaat bagi penulis sendiri, semoga dapat menambah ilmu dan bidang yang sedang dijalankan, dan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya pengguna Shopee, agar mengetahui bagaimana hukum dari apa yang dibahas pada penelitian ini berdasarkan hukum ekonomi syariah.

## E. Studi Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis mencari beberapa studi terdahulu yang berasal dari beberapa skripsi yang membahas ataupun ada kaitannya dengan pokok permasalahan yang penulis teliti untuk mengetahui persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah diteliti sebelumnya, yang dijadikan gambaran penelitian sehingga tidak ada pengulangan permasalahan yang sama. Adapun penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Afiliasi di PakarBot.Com” yang ditulis oleh Hafid Qurrahman.<sup>12</sup> Penelitian ini menjelaskan tentang praktik transaksi dengan skema afiliasi di PakarBot.Com untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap praktik tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik afiliasi di PakarBot.Com tidak dibenarkan menurut hukum Islam karena di dalamnya terdapat unsur *zholim* yang dilakukan pihak *affiliator*, yaitu melakukan tindakan rekayasa jual beli dengan menggunakan dua akun yang bertindak sebagai penjual sekaligus pembeli. Hal ini termasuk dalam kategori jual beli yang terlarang, yaitu *bay' najasy*.

Kedua, penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Shopee *Affiliate* (Studi Penelitian di kos-kosan Rio Cell,

---

<sup>12</sup> Hafid Qurrahman, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Afiliasi Di PakarBot.Com*, (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).



Sukarame, Bandar Lampung)”, yang ditulis oleh Titik Nurul Hidayati.<sup>13</sup> Penelitian ini membahas tentang praktik afiliasi pada Shopee Affiliates Program dari perspektif hukum Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deduktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem komisi dalam program Shopee *Affiliates* pada kos-kosan Rio Cell, Bandar Lampung diperbolehkan dalam perspektif hukum Islam dan telah memenuhi rukun dan syarat dalam akad *ju’alah*.

Ketiga, penelitian yang berjudul “Analisis Strategi *Affiliate Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)”, yang ditulis oleh Ahmad Muhaimin.<sup>14</sup> Penelitian ini menjelaskan tentang penggunaan program afiliasi dalam strategi pemasaran melalui internet yang berdampak pada tingkat penjualan produk serta tinjauannya menurut ekonomi Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing dengan sistem afiliasi terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan produk dan juga sudah memenuhi rukun dan syarat dalam bermuamalah menurut perspektif ekonomi Islam.

Keempat, penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Affiliate Marketing* Amazon”, yang ditulis oleh Irfan Ansori.<sup>15</sup> Penelitian ini menjelaskan tentang mekanisme sistem afiliasi pada Amazon dan kedudukannya dalam tinjauan hukum Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program *affiliate marketing* Amazon tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah. Praktik ini termasuk pada pembahasan *ujrah* dan masuk dalam kategori akad *ju’alah*.

Kelima, penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Afiliator pada Program Afiliasi Binomo”, yang ditulis oleh Siti

---

<sup>13</sup> Titik Nurul Hidayati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Shopee Affiliate (Studi Penelitian Di Kos-Kosan Rio Cell, Sukarame, Bandar Lampung)*, (UIN Raden Intan Lampung, 2022).

<sup>14</sup> Ahmad Muhaimin, *Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)*, (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

<sup>15</sup> Ansori, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon*.

Fitria Ningsih.<sup>16</sup> Penelitian membahas tentang praktik affiliator dalam menjalankan program afiliasi dan tinjauan hukum ekonomi syariahnya terhadap praktik tersebut. Metode pengumpulan data menggunakan deskriptif analitis dengan cara menganalisis data dengan menggunakan teori *ju'alah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik affiliator di Binomo melanggar perjanjian afiliasi berupa penipuan. Selain itu, dalam praktiknya ditemukan bahwa affiliator mendapatkan sebagian besar komisi dari para membernya yang kalah saat *trading*. Dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, praktik affiliator ini dianggap haram karena mengandung unsur perjudian dan zhalim.

Keenam, penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bisnis *Affiliate Marketing* Pada Platform Belanja *Online* Shopee”, yang ditulis oleh M. Ridwan Mubarak.<sup>17</sup> Penelitian ini membahas tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktek *affiliate marketing* pada Shopee. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis *affiliate marketing* di Shopee dapat diqiyaskan dengan akad *ju'alah* dan akad *samsarah*. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini tidak dilarang karena tidak melibatkan unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Ketujuh, penelitian yang berjudul “Praktik *Affiliate Marketing* pada Platform *E-commerce* dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh Fathur Rahman.<sup>18</sup> Penelitian ini membahas tentang praktik afiliasi di Indonesia yang banyak dilakukan oleh platform *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif atau studi kepustakaan untuk menelaah praktik afiliasi dalam perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik kerjasama *affiliate marketing* yang dilakukan oleh *e-commerce* diperbolehkan dengan beberapa ketentuan syarat dalam prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam,

---

<sup>16</sup> Siti Fitria Ningsih, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Affiliator Pada Program Afiliasi Binomo*, (Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, 2022).

<sup>17</sup> M. Ridwan Mubarak, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bisnis *Affiliate Marketing* Pada Platform Belanja *Online* Shopee” (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

<sup>18</sup> Fathur Rahman, *Praktik *Affiliate Marketing* Pada Platform *E-Commerce* Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah*, *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2022).



seperti praktik komisi dalam Islam yang identik dengan akad *samsarah* dan *wakalah bil ujah*.

Kedelapan, penelitian yang berjudul “Mekanisme Bagi Hasil pada *Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron*”, yang ditulis oleh Isra Misra, Zakiah, dan Enriko Tedja Sukmana.<sup>19</sup> Penelitian ini membahas mekanisme bagi hasil pada member Taqychan Saffron di Palangka Raya dalam konteks *affiliate marketing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan triangulasi sumber sebagai validasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil pada member Taqychan Saffron dilakukan melalui sistem komisi dan royalti dengan menggunakan akad *mudharabah*.

Secara sederhana, persamaan dan perbedaan studi terdahulu dengan penelitian penulis diuraikan dilihat melalui tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Studi Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1	Hafid Qurrahman	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Afiliiasi di PakarBot.Com	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i> .	Objek penelitian peneliti studi terdahulu adalah aplikasi PakarBot.com, sedangkan objek penelitian yang diamati penulis adalah aplikasi Shopee.
2	Titik Nurul Hidayati	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Shopee Affiliate (Studi Penelitian di kos-kosan Rio Cell, Sukarame, Bandar Lampung)	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>Shopee Affiliates Program</i> .	1. Objek penelitian peneliti studi terdahulu adalah pada kos-kosan Rio Cell, Sukarame, Bandar Lampung. 2. Peneliti pada studi terdahulu menggunakan perspektif hukum Islam, sedangkan penulis menggunakan perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

<sup>19</sup> Isra Misra, Zakiah, and Enriko Tedja Sukmana, *Mekanisme Bagi Hasil Pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron*, *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021).

3	Ahmad Muhaimin	Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peneliti pada studi terdahulu memfokuskan penelitiannya pada sikap konsumen terhadap pemasaran dengan sistem afiliasi, sedangkan penulis fokus kepada mekanisme sistem afiliasi.</li> <li>2. Objek penelitian peneliti studi terdahulu adalah pada Butik Zoya cabang Bandar Lampung, sedangkan objek penelitian penulis adalah aplikasi Shopee.</li> </ol>
4	Irfan Ansori	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek yang diteliti adalah e-Commerce Amazon</li> <li>2. Peneliti pada studi terdahulu menggunakan perspektif hukum Islam, sedangkan penulis menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah.</li> </ol>
5	Siti Fitria Ningsih	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Affiliator pada Program Afiliasi Binomo	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i>	Objek penelitian dari peneliti terdahulu adalah program Afiliasi Binomo, sedangkan objek penelitian penulis adalah program Afiliasi Shopee
6	M. Ridwan Mubarak	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bisnis Affiliate Marketing Pada Platform Belanja Online Shopee	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i> dan Shopee	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peneliti pada studi terdahulu menggunakan akad <i>samsarah</i> sebagai salah satu kerangka teorinya, sedangkan penulis hanya menggunakan teori <i>ju'alah</i> sebagai kerangka teori</li> <li>2. Peneliti pada studi terdahulu meneliti isi kontrak perjanjian pada afiliasi Shopee dengan</li> </ol>

				dihubungkan dengan KUHPer dan hukum Islam, sedangkan penulis hanya mencari pengimplementasian teori <i>ju'alah</i> pada <i>Shopee Affiliates Program</i>
7	Fathur Rahman	Praktik <i>Affiliate Marketing</i> pada Platform <i>E-commerce</i> dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peneliti pada studi terdahulu membahas <i>affiliate marketing</i> pada <i>e-commerce</i> secara global, sedangkan penulis membahasnya dalam kasus <i>Shopee</i>.</li> <li>2. Peneliti pada studi terdahulu menggunakan teori <i>wakalah bil ujroh</i> dan <i>samsarah</i>, sedangkan penulis menggunakan teori <i>ju'alah</i></li> </ol>
8	Isra Misra, Zakiah, dan Enriko Tedja Sukmana	Mekanisme Bagi Hasil pada <i>Sistem Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron	Peneliti pada studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan <i>affiliate marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peneliti pada studi terdahulu menggunakan teori <i>mudhrabah</i>, sedangkan penulis menggunakan teori <i>ju'alah</i></li> <li>2. Objek penelitian pada studi terdahulu adalah Taqychan Saffron, sedangkan objek penelitian penulis adalah aplikasi <i>Shopee</i></li> </ol>

## F. Kerangka Pemikiran

Islam merupakan agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya adalah relasi antar sesama manusia dalam bidang ekonomi yang disebut dengan muamalah (*muamalah al-maliyah*). Salah satu elemen penting dalam muamalah adalah akad/perjanjian/kontrak. Istilah perjanjian diatur dalam pasal 1313 KUH Perdata, yang diartikan sebagai “suatu perbuatan dengan mana

satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.<sup>20</sup> Istilah perjanjian mengandung pengertian yang sama dengan kontrak, yakni suatu perbuatan hukum untuk saling mengikatkan para pihak ke dalam suatu hubungan hukum perikatan.<sup>21</sup>

Dalam Islam, istilah perjanjian/kontrak disebut dengan akad. Kata akad terdapat dalam Al-Quran, sebagaimana firman Allah dalam surah al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji (akad) itu”.

Kata akad berasal dari bahasa Arab yaitu ‘al-‘aqd’ yang berarti ikatan. Kata akad juga memiliki arti yang selaras dengan kata ‘al-rabthu’ yang berarti menghubungkan, mengaitkan, atau mengikat antara beberapa ujung sesuatu.<sup>22</sup>

Secara bahasa Wahbah Zuhaili mendefinisikan akad sebagai:

الرَّبْطُ بَيْنَ أَطْرَافِ الشَّيْءِ، سَوَاءً أَكَانَ رَبْطًا حِسِّيًّا أَمْ مَعْنَوِيًّا، مِنْ جَانِبٍ وَاحِدٍ، أَمْ مِنْ جَانِبَيْنِ.<sup>23</sup>

Artinya: “ikatan antara para pihak, baik itu ikatan secara konkrit (hissiy/hakiki) atau ikatan secara abstrak (ma’nawiy) yang berasal dari satu pihak atau dua belah pihak”.

Akad secara istilah dijelaskan dalam beberapa definisi menurut para ahli. Menurut al-Jashash, akad diartikan sebagai sebuah komitmen seseorang yang meminta agar orang lain melaksanakan suatu tindakan tertentu yang diinginkannya. Sementara itu, menurut al-Jurjani, akad didefinisikan sebagai ikatan yang dibentuk antara beberapa pihak yang melakukan transaksi melalui proses *ijab* dan *qabul*.<sup>24</sup>

---

<sup>20</sup> Subekti and Tjiitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: Balai Pustaka, 2014). Pasal 1313

<sup>21</sup> Widaningsih and Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018). Hlm. 38

<sup>22</sup> Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al-Maaliyah: Hukum Ekonomi Dan Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2022). Hlm. 87

<sup>23</sup> Wahbah Ibn Musthafa Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuhu*, in Maktabah Syamilah, Juz 4. (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006). Hlm. 2917

<sup>24</sup> Misno, *Fiqh Muamalah Al-Maaliyah: Hukum Ekonomi Dan Bisnis Syariah*. Hlm. 88

*Ijab* adalah tawaran yang diberikan oleh salah satu pihak, sedangkan *qabul* adalah respons persetujuan yang diberikan oleh pihak lain terhadap tawaran tersebut.<sup>25</sup> Kedua definisi tersebut menunjukkan bahwa akad melibatkan suatu komitmen dan interaksi antar pihak dalam melakukan transaksi atau memenuhi kebutuhan tertentu.

Para ahli fikih membagi definisi akad menjadi dua makna, makna umum dan makna khusus. Dalam makna umum, menurut madzhab Maliki, Syafi'i, dan Hanbali, akad adalah segala sesuatu yang diinginkan seseorang untuk melakukannya, baik karena keinginan satu pihak (seperti wakaf dan talak) atau karena keinginan dua pihak seperti jual beli dan gadai.<sup>26</sup> Sedangkan dalam makna khusus akad didefinisikan sebagai:

ارتِبَاتُ إِجَابٍ بِقَبُولٍ عَلَى وَجْهِ مَشْرُوعٍ يَثْبُتُ أَثَرُهُ فِي مَحَلِّهِ<sup>27</sup>

Artinya: “pertalian *ijab* (pernyataan melakukan ikatan) dan *qabul* (pernyataan penerimaan ikatan) yang sesuai dengan kehendak syari'at yang berpengaruh pada suatu perikatan.”

Menurut Syamsul Anwar, akad didefinisikan sebagai pertemuan antara *ijab* dan *qabul* yang menunjukkan kesepakatan dua pihak atau lebih untuk menghasilkan konsekuensi hukum pada suatu objek.<sup>28</sup> Berdasarkan berbagai definisi yang telah disampaikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa akad merupakan suatu peristiwa hukum yang terjadi antara dua pihak dengan adanya *ijab* dan *qabul*, dipandang sah menurut *syara'*, serta menghasilkan akibat hukum.

Suatu akad baru akan sah apabila terpenuhi rukun dan syaratnya. Berdasarkan Pasal 22 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), rukun akad terdiri dari empat, yaitu:<sup>29</sup>

- a. Pihak-pihak yang berakad;
- b. Objek akad;

---

<sup>25</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010). Hlm. 69

<sup>26</sup> Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuhu*. Hlm. 2917

<sup>27</sup> Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuhu*. Hlm. 2918

<sup>28</sup> Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*. Hlm. 68

<sup>29</sup> PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Pasal 22

- c. Tujuan pokok akad; dan
- d. Kesepakatan.

Jika dikomparasikan, rumusan rukun akad pada KHES ini berbeda dengan pandangan mayoritas ulama fikih (*jumhur*) dan ulama Hanafiyah dalam konsep akad dalam fikih klasik.<sup>30</sup> Menurut mayoritas ulama fikih, rukun akad terdiri dari tiga unsur, yaitu: pihak-pihak yang berakad (*al-‘aqidain*); pernyataan kehendak (*sighat al-‘aqd*); dan objek akad (*mahall al-‘aqd*), sementara tujuan akad menurut mayoritas ulama tidak termasuk dalam rukun akad. Di sisi lain, ulama Hanafiyah berpandangan bahwa rukun akad hanya terdiri dari satu unsur, yaitu pernyataan kehendak (*sighat*).<sup>31</sup> Hal ini disebabkan oleh pandangan ulama Hanafiyah yang berpendapat bahwa yang dimaksud akad adalah pertemuan kehendak pihak-pihak yang diungkapkan melalui pernyataan kehendak dalam bentuk ucapan, perbuatan, atau ungkapan lain dari masing-masing pihak yang menunjukkan kerelaan dengan berpindahannya harga dan barang.<sup>32</sup>

Rumusan rukun akad pada KHES merujuk kepada pandangan pakar hukum Islam kontemporer, Musthafa Ahmad al-Zarqa,<sup>33</sup> yang menyebutkan bahwa rukun akad terdiri dari empat unsur pokok, yaitu:

- a. Pihak-pihak yang melakukan akad (*al-‘aqidain*)
- b. Pernyataan kehendak pihak-pihak (*shigat al-‘aqd*)
- c. Objek akad (*mahall al-‘aqd/ma’qud ‘alaih*)
- d. Tujuan akad (*maudhu’ al-‘aqd*)

Rukun tambahan pada rumusan tersebut adalah rukun yang keempat, yaitu tujuan akad (*maudhu’ al-‘aqd*). Tujuan akad adalah maksud yang hendak dicapai secara bersama-sama oleh para pihak melalui pembentukan akad.<sup>34</sup> Tujuan akad dikategorikan menjadi lima, antara lain:

---

<sup>30</sup> Armansyah, *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2022). Hlm. 94

<sup>31</sup> Jaih Mubarak and Hasanudin, *Fikih Mu’amalah Maliyyah: Akad Jual-Beli* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020). Hlm. 10

<sup>32</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu (Jilid 5) Terjemah Oleh Abdul Hayyie Al-Kattani* (Jakarta: Gema Insani Press, 2011). Hlm. 28

<sup>33</sup> Armansyah, *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Hlm. 96

<sup>34</sup> Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*. Hlm. 69



- a. Pemandahan kepemilikan dengan imbalan ataupun tanpa imbalan (*at-tamlik*). Tujuan ini mencakup akad-akad seperti jual beli, hibah, serta wakaf, yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan suatu barang atau harta dari satu pihak ke pihak lainnya.
- b. Melakukan pekerjaan (*al-'amal*). Tujuan ini mencakup akad-akad seperti kontrak kerja atau jasa. Dalam akad ini, satu pihak memberikan imbalan atau upah kepada pihak lainnya untuk melakukan pekerjaan tertentu.
- c. Melakukan persekutuan (*al-isytirak*). Tujuan ini mencakup akad-akad seperti kemitraan atau usaha bersama, dan tujuannya adalah untuk membentuk persekutuan bisnis antara kedua belah pihak. Dalam akad ini, para pihak sepakat untuk berpartisipasi dalam usaha yang sama, berbagi keuntungan dan rugi, serta mengambil keputusan bersama.
- d. Melakukan pendelegasian (*al-tafwidh*). Tujuan ini mencakup akad-akad seperti *wakalah*, yaitu ketika satu pihak memberi wewenang kepada pihak lain untuk melakukan tindakan atau transaksi atas namanya. Tujuannya adalah untuk memudahkan proses transaksi dan mempercepat proses bisnis.
- e. Melakukan penjaminan (*al-tausiq*). Tujuan ini mencakup akad-akad seperti *kafalah* (penanggungan), jaminan atau gadai, dan tujuannya adalah untuk memberikan jaminan atas suatu kewajiban atau hutang. Dalam akad ini, satu pihak memberikan jaminan atas suatu hutang atau kewajiban yang dimiliki oleh pihak lain, dan jika pihak yang berhutang gagal memenuhi kewajibannya, maka pihak yang memberikan jaminan harus menanggung akibatnya.

Selain rukun, aspek yang harus dipenuhi pada akad adalah syarat. Menurut Wahbah Zuhaili syarat akad terdiri dari empat, yaitu:<sup>35</sup>

- a. Syarat terjadinya akad (*syuruth al-in'iqad*), yaitu syarat yang harus terpenuhi/melekat pada rukun akad.

---

<sup>35</sup> Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu (Jilid 5) Terjemah Oleh Abdul Hayyie Al- Kattani*. Hlm. 34

- b. Syarat keabsahan akad (*syuruth al-shihhah*), yaitu syarat-syarat yang harus ada di setiap akad agar dipandang sah secara *syar' i*.
- c. Syarat berlakunya akad (*syuruth al-nafadz*), seperti barang yang diperjualbelikan haruslah hak milik penuh penjual dan barang yang diperjualbelikan tidak terdapat hak orang lain di dalamnya.
- d. Syarat keharusan/mengikatnya akad (*syuruth al-luzum*).

Dalam pelaksanaannya, terdapat asas-asas yang harus dipegang teguh dan dijadikan prinsip dalam setiap akad. Pasal 21 KHES merumuskan asas-asas yang harus dipenuhi dalam setiap akad sebagai berikut:<sup>36</sup>

- a. *Ikhtiyari*/sukarela; setiap akad dilakukan atas kehendak para pihak, terhindar dari keterpaksaan karena tekanan salah satu pihak atau pihak lain.
- b. Amanah/menepati janji; setiap akad wajib dilaksanakan oleh para pihak sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan oleh yang bersangkutan dan pada saat yang sama terhindar dari cidera-janji.
- c. *Ikhtiyati*/kehati-hatian; setiap akad dilakukan dengan pertimbangan yang matang dan dilaksanakan secara tepat dan cermat.
- d. *Luzum*/tidak berubah; setiap akad dilakukan dengan tujuan yang jelas dan perhitungan yang cermat, sehingga terhindar dari praktik spekulasi atau *maysir*.
- e. Saling menguntungkan; setiap akad dilakukan untuk memenuhi kepentingan para pihak sehingga tercegah dari praktik manipulasi dan merugikan salah satu pihak.
- f. *Taswiyah*/kesetaraan; para pihak dalam setiap akad memiliki kedudukan yang setara, dan mempunyai hak dan kewajiban yang seimbang.
- g. Transparansi; setiap akad dilakukan dengan pertanggungjawaban para pihak secara terbuka.
- h. Kemampuan; setiap akad dilakukan sesuai dengan kemampuan para pihak, sehingga tidak menjadi beban yang berlebihan bagi yang bersangkutan.

---

<sup>36</sup> PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Pasal 21

- i. *Taysir*/kemudahan; setiap akad dilakukan dengan cara saling memberi kemudahan kepada masing-masing pihak untuk dapat melaksanakannya sesuai dengan kesepakatan.
- j. Itikad baik; akad dilakukan dalam rangka menegakan kemaslahatan, tidak mengandung unsur jebakan dan perbuatan buruk lainnya.
- k. Sebab yang halal; tidak bertentangan dengan hukum, tidak dilarang oleh hukum dan tidak haram.

Di dalam buku Hukum Perjanjian Syariah,<sup>37</sup> Syamsul Anwar mengemukakan, bahwa terdapat beberapa kategori dalam pembagian/klasifikasi akad. Dilihat dari segi kebolehan atau ketidakbolehannya menurut syara', akad dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Akad *masyru'*, adalah jenis akad yang dibenarkan oleh syara' untuk dilakukan dan tidak ada larangan untuk mengadakannya, seperti akad-akad yang sudah umum dikenal seperti akad jual beli, sewa menyewa, mudharabah, dan sejenisnya.
- b. Akad terlarang, adalah jenis akad yang dilarang oleh syara' untuk dilakukan, seperti akad jual beli janin, akad yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, seperti sewa menyewa untuk melakukan kejahatan, akad nikah *muth'ah*, akad jual beli *'inah (ba'i al-'inah)*, dan lain sebagainya.

Dari segi keabsahan atau ketidakshaihannya, akad juga dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Akad yang *shahih*, adalah akad yang telah memenuhi semua rukun dan syarat akad yang telah diatur oleh syariah. Jenis akad shahih meliputi akad lazim, akad nafiz, dan akad maukuf.
- b. Akad *ghair shahih*, adalah jenis akad yang tidak memenuhi semua rukun dan syarat akad yang telah diatur oleh syariah. Jenis akad yang tidak *shahih* meliputi akad *fasid* dan akad *bathil*.

---

<sup>37</sup> Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*. Hlm. 72

Perlu ditekankan bahwa perbedaan antara akad terlarang dengan akad tidak sah hanya pada penekanan saja. Akad terlarang memiliki dalil-dalil syariah yang melarangnya, sedangkan akad yang tidak sah penekanannya ada pada tidak terpenuhinya rukun dan syarat akad. Semua akad terlarang pasti tidak sah, sedangkan akad tidak sah pada awalnya adalah akad yang *masyru'* (dibolehkan syariah seperti akad jual beli pada umumnya), hanya saja rukun dan syaratnya tidak terpenuhi sehingga akad tersebut menjadi tidak sah.

Adapun akad dilihat dari sifatnya digolongkan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Akad *mu'awadhah/tijari*, adalah jenis akad yang melibatkan prestasi timbal balik di mana setiap pihak menerima imbalan prestasi yang diberikannya.<sup>38</sup> Akad ini berorientasi pada pencapaian keuntungan (*profit oriented*) dan termasuk di dalamnya adalah akad jual beli, sewa menyewa, akad perserikatan, dan sejenisnya.
- b. Akad *tabarru'*, adalah jenis akad di mana prestasi hanya berasal dari salah satu pihak dan tidak bertujuan untuk mencapai keuntungan melainkan bersifat sosial (*social oriented*). Beberapa contoh akad *tabarru'* antara lain akad hibah, pinjam meminjam, hadiah, dan lain sebagainya. Kedua jenis akad ini memiliki perbedaan mendasar dalam hal sifat dan tujuan, sehingga memerlukan perlakuan hukum yang berbeda.

Jika dilihat dari segi maksud dan tujuan yang akan dicapai, akad dibedakan dalam lima jenis, yaitu:<sup>39</sup>

- a. Akad *al-tamlikiyah*, merupakan akad yang bertujuan untuk memperoleh hak kepemilikan atas suatu objek, baik berupa benda ataupun manfaat.
- b. Akad *al-isytirak*, yaitu akad yang bertujuan melakukan kerjasama menjalankan suatu usaha bersama berdasarkan prinsip bagi hasil.
- c. Akad *al-ithlaq*, yaitu suatu akad yang bertujuan untuk menyerahkan tanggungjawab kewenangan kepada pihak lain.

---

<sup>38</sup> Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*. Hlm. 82

<sup>39</sup> Hariman Surya Siregar and Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori Dan Implementasinya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). Hlm. 34

- d. Akad *al-tausiq*, yaitu akad yang dimaksudkan untuk menanggung atau menjamin sesuatu yang menjadi kewajiban pihak lain.
- e. Akad *al-hifzh*, yaitu akad yang dimaksudkan untuk memelihara harta benda yang diamanahkan seseorang kepada pihak lain.

Dalam penelitian ini teori akad yang digunakan adalah konsep akad *ju'alah*. Akad *ju'alah* adalah mengacu pada akad perjanjian pemberian imbalan atau upah kepada seseorang atas keberhasilannya dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Para ulama pada umumnya membolehkan praktik akad *ju'alah* karena di dalamnya terdapat kebutuhan (*hajat*) yang membenarkannya.

Shopee *Affiliates* Program pada skemanya memiliki kemiripan dengan skema akad *ju'alah*. Pihak Shopee dapat dianggap sebagai *ja'il* (pemberi upah) dalam konteks akad *ju'alah*, sedangkan *affiliator* berperan sebagai *amil* (pelaksana pekerjaan) dalam akad *ju'alah*. Tugas *affiliator* dalam menjalankan misi-misi Shopee dapat dianggap sebagai '*amal* (pekerjaan) yang diharapkan akan menghasilkan *natijah* (hasil) dalam akad *ju'alah*. Peta konsep dari penelitian ini digambarkan dalam bagan berikut:

