

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi internet sebagai media informasi mengalami perkembangan yang luar biasa. Kemajuan ini berdampak pada perubahan yang signifikan pada sistem kehidupan yang dinilai sangat efektif dalam membantu pekerjaan manusia dari segi tenaga, biaya dan waktu.¹ Menurut data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta orang atau sekitar 77,02 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 272,6 juta jiwa. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya orang yang terhubung dengan internet, masyarakat Indonesia telah banyak mengadopsi kebiasaan baru yang memudahkan kehidupan sehari-hari mereka. Misalnya, sekarang banyak orang gemar belanja *online*, membayar tagihan melalui aplikasi, belajar dari rumah, bekerja hingga bisnis pun secara *online*.² Oleh karena itu, teknologi diciptakan berkembang seiring dengan kebutuhan manusia untuk memudahkan hidup dari sebelumnya.

Pemanfaatan internet membuat akses peluang bisnis jauh lebih mudah dan cepat. Kemajuan bisnis yang memanfaatkan teknologi internet berkembang pesat di Indonesia saat ini. Menurut laporan Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), kontribusi *e-commerce* terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia diperkirakan mencapai 1,4% pada tahun 2019. Selain itu, *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan tumbuh dengan laju tahunan sebesar 21% hingga 2025.³ Maka tidak heran bisnis *online* menjadi alternatif bisnis yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat. Ada beberapa faktor yang menjadikan bisnis

¹ Sunjaya, I. K. S., & Priyanto, I. M. D. (2020). *Analisa Klausula Eksonerasi Dalam Voucher Elektronik Pada Aplikasi Transportasi Online*. Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum, 28(6), 992–1004.

² APPJII, *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*, https://web.apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857 diakses Januari 2023

³ Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), *Data and Insights 2020*, (<https://idea.or.id/data-insight/>)

online banyak diminati diantaranya memiliki kemudahan dalam memulai, biaya yang lebih rendah, akses pasar yang lebih luas, dan potensi keuntungan yang besar.⁴ Bahkan hanya bermodalkan *smartphone* saja seseorang bisa mendapatkan penghasilan beberapa kali lipat.

Perubahan pola kehidupan serta perkembangan media sosial juga sangat berperan dalam membantu perkembangan bisnis *online*. Dengan *trend* yang sedang marak diterapkan oleh masyarakat dunia termasuk Indonesia yaitu belanja *online*, membuat banyak perusahaan yang sebelumnya menerapkan bisnis secara *offline* mulai merambah ke bisnis *online*. Selain dari pada itu pengguna internet di Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis dan pemasaran *online*, terutama bagi perusahaan yang ingin menargetkan kelompok usia muda dan mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran.⁵

Salah satu model bisnis *online* yang sedang naik daun dan cukup populer di kalangan pengguna internet saat ini adalah *affiliate marketing*.⁶ *Affiliate marketing* merupakan model bisnis dimana seorang pihak (afiliasi) mempromosikan produk atau jasa dari pihak lain (*merchant*) dan akan mendapatkan komisi jika ada pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa melalui *link* afiliasi yang diberikan oleh *affiliate marketer*.⁷ Atas dasar tersebut pemasar jasa tidak perlu memikirkan stok atau persediaan, tetapi yang pemasar jasa pikirkan adalah mengarahkan pengunjung untuk melakukan transaksi pembelian produk melalui *link* afiliasi.

Sebagaimana pada pelaksanaannya di dalam industri *e-commerce*, *Affiliate marketing* menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan produk mereka. Bisnis *online* ini dianggap sebagai cara

⁴ Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. (Yayasan Kita Menulis, 2020). h.46

⁵ Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. *Pemasaran Digital*. (Yayasan Kita Menulis, 2020), h.6

⁶ Nofriansyah, D., Jatiningrum, C., Siregar, M. N. H., Butarbutar, N., Abadi, S., Jamaludin, J., ... & Hutahaean, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. (Yayasan Kita Menulis, 2020), h.39

⁷ Ahmad Muhamim, *Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung), 2017. <http://repository.radenintan.ac.id/319/>.

yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target pasar yang lebih luas.⁸

Tokopedia Affiliate Program merupakan program afiliasi dari *online marketplaces* Tokopedia. Tokopedia (sebagai *merchant*) memberikan peluang bagi para *Affiliate partner* (sebutan bagi pemasar produk afiliasi Tokopedia), untuk mempromosikan produk-produk Tokopedia melalui tautan afiliasi dan akan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukan melalui tautan tersebut. Produk-produk yang dipromosikan sangat beragam dari mulai makanan, minuman, *fashion*, elektronik, alat kebutuhan rumah tangga dan beragam kategori lainnya. Dalam praktiknya, para *Affiliate partner* akan mempromosikan produk-produk tersebut melalui beragam media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, website, dan situs publik lainnya, dengan disertai video *review* atau gambar produk yang dipromosikan agar menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk tersebut.⁹

Konsep pemberian komisi Tokopedia Program Affiliate program terdapat dua jenis, yaitu komisi berdasarkan kategori penjualan dan komisi berdasarkan kunjungan. Komisi berdasarkan kategori penjualan atau komisi *affiliate partner* merupakan persentase komisi dari total harga penjualan barang yang dibeli konsumen, melalui *affiliate link* yang dipasang oleh *affiliate Partner* tersebut pada blog atau berbagai media sosial mereka yaitu sekitar 1%-10% sesuai kategori produk yang mereka promosikan. Sedangkan komisi berdasarkan kunjungan merupakan komisi yang diperoleh *Affiliate Partner* jika terdapat kunjungan terverifikasi yang dilakukan pembeli pada halaman toko yang diakses melalui *link affiliate* yang dipromosikan.¹⁰ Tokopedia memberikan transparansi laporan penjualan serta komisi yang didapatkan setiap harinya sehingga dapat diakses oleh para *affiliate partner* di aplikasi Tokopedia. Meskipun begitu, tidak sembarang

⁸ Ahmad Muhamim, *Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*....h.35

⁹ Tokopedia, *Program Affiliate Program* diakses dari <https://www.tokopedia.com/help/article/pertanyaan-seputar-program-affiliate-tokopedia> pada 29 November 2022 pada pukul 08.00

¹⁰ Tokopedia, *Apa itu Tokopedia Affiliate Program* diakses dari <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-gabung-tokopedia-affiliate>. pada 29 November 2022 Pukul 14.53 WIB.

pengguna internet dapat memasarkan produk serta menjadi *affiliate partner* di Tokopedia. Terlebih dahulu, mereka harus mendaftarkan sebagai peserta *affiliate partner* di situs resmi Tokopedia atau bisa melalui aplikasi Tokopedia.¹¹

Islam dengan perangkat ajarannya yang menempatkan al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai sumber hukum utamanya, telah hadir di muka bumi ini sebagai *rahmatan lil alamin*. Kodifikasi ajaran Islam memuat semua dimensi kehidupan manusia, baik hubungan secara vertikal (hubungan manusia dengan Allah) maupun hubungan secara horisontal (hubungan manusia dengan manusia).¹²

Hubungan manusia dengan manusia dalam Islam termasuk dalam kajian muamalah. Pengertian muamalah sendiri ialah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.¹³ Pada dasarnya segala kegiatan muamalah itu diperbolehkan hingga ada dalil yang melarangnya. Hal ini selaras dengan kaidah fiqh :

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.¹⁴

Islam tidak membatasi manusia dalam bermuamalah. Begitu juga dengan bisnis *online* apabila dilakukan dengan tetap menerapkan prinsip Islam maka kegiatan itu boleh saja dilakukan. Ulama terkemuka seperti Assil Alhakim mengatakan bahwa *Affiliate Marketing* atau pemasaran *online* akan menjadi halal apabila dilakukan dengan syariat yang telah digariskan oleh Islam dengan melakukan promosi produk yang telah jelas kehalalannya dan jujur dalam menyampaikan informasi dari produk tersebut. Firman Allah dalam surat Annisa

¹¹ Tokopedia, *Cara Gabung Tokopedia Affiliate*, diakses dari <https://www.tokopedia.com/help/article/cara-gabung-tokopedia-affiliate> pada 29 November 2022

¹² Manan, H. A., & SH, S. (2018). *Aspek-aspek pengubah hukum*, Prenada Media.

¹³ Ali, H. Z. (2022). *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia*, Sinar Grafika.

¹⁴ A. Djazuli. (2007). *Kaidah-Kaidah Fikih*, Jakarta: Prenada Media Group, hlm. 10

tentang larangan untuk mengambil harta yang bukan hak dengan cara yang tidak jujur sebagai berikut:

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. an-Nisa ayat 26).¹⁵

Meskipun begitu, bukan berarti Islam tidak memiliki aturan lebih lanjut tentang muamalah. Tentunya bisnis *online* harus memenuhi dan mematuhi peraturan yang berlaku dalam hal kerja sama dari mulai konsep akad, pengupahan (*ujrah*), serta berbagai aspek syariat Islam lain yang memuat perbuatan muamalah. Adapun sejauh ini, program *Affiliate Marketing* Tokopedia ini disamakan dengan praktik makelar pada model konvensional dan termasuk klasifikasi pengupahan (*ujrah*) dalam Islam.

Berdasarkan hal tersebut, pada praktiknya *Affiliate marketing* ini termasuk dalam akad *ju'alah* (semacam sayembara berhadiah).¹⁶ 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.¹⁷ Wahbah Al-Juhaili mengemukakan bahwa *Ju'alah* adalah janji untuk memberikan imbalan atau *reward* kepada pihak lain apabila berhasil mencapai prestasi tertentu.¹⁸ Ulama

¹⁵ Departemen Agama RI. *al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2006), h. 82.

¹⁶ Irfan Ansori, I., Muhtarom, M., & Basri, M. M. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

¹⁷ Ghazaly, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencaana Prenada Media Grup, 2012), h. 70.

¹⁸ Jaih Mubarak, Hasanudin, *Fiqh Mu'amalah Maliyah Akad ijarah dan Ju'alah*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2020), h. 272

Malikiah menjelaskan dalam kitab *al-Qawanin al-Fiqhiyyah*, bahwa *ju'alah* secara istilah adalah:

أَنَّهَا الْإِجَارَةُ عَلَى عَمَلٍ مَّضْنُونٍ حُصُولُهَا

“*Ju'alah* adalah (akad) sewa atas pekerjaan yang diduga dapat tercapai hasilnya.”¹⁹

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.²⁰

Pada umumnya, ulama berpendapat bahwa *ju'alah* termasuk dalam domain akad perjanjian. Sebagaimana yang diatur dalam hukum perjanjian (hukum perikatan), *ju'alah* mengandung hak dan kewajiban pada objek dan subjeknya yang lahir karena perjanjian.²¹ Maka dari itu posisi akad dalam transaksi muamalah sangat penting, karena melalui akad pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi harus menyetujui syarat-syarat dan ketentuan yang ditetapkan, sehingga transaksi tersebut menjadi sah dan berada dalam bingkai hukum yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu dalam bisnis *online affiliate marketing* yang terdapat dalam Tokopedia Affiliate Program pun harus diperhatikan dalam segi akad. Terutama syarat khusus dan syarat umum dalam Tokopedia Affiliate Program yang harus diperhatikan oleh *Affiliate partner* atau pemasar afiliasi.

Pelaksanaan perjanjian di berbagai aspek bisnis sering terjadi permasalahan yang salah satunya dipicu oleh isi dari pada perjanjian yang dipergunakan dalam menjalankan bisnis.²² Salah satu isi perjanjian yang terdapat dalam syarat dan ketentuan Tokopedia affiliate membahas mengenai ketentuan komisi bagi *affiliate partner*. Dalam poin E.7 dan F.8 menyatakan bahwa pihak Tokopedia berwenang sewaktu-waktu mengubah besaran komisi *affiliate partner* dengan atau tanpa

¹⁹ Jaih Mubarak, Hasanudin. *Fiqh Muamalah Maliyah Akad Ijarah dan Jualah*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2020). h. 272

²⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media grup, 2012).. h. 314.

²¹ Jaih Mubarak, Hasanudin. *Fiqh Muamalah Maliyah Akad Ijarah dan Jualah*.... h. 272

²² Anshori, A. G. *Hukum perjanjian Islam di Indonesia: konsep, regulasi, dan implementasi*. (Ugm Press, 2018). h.23

pemberitahuan sebelumnya.²³ Tentunya hal ini dapat memicu kerugian bagi *affiliate partner* yang dapat memengaruhi komisi yang mereka dapatkan. Hal tersebut bersinggungan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Dalam muamalah, akad memainkan peran penting dalam menjaga prinsip keadilan, karena ia menentukan kondisi dan ketentuan yang adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi.

Tindakan melakukan kewenangan tanpa pemberitahuan kepada pihak berkontrak dalam pandangan hukum Islam dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap prinsip-prinsip hukum Islam yang mendasar, seperti prinsip keadilan, kesepakatan, dan saling memberikan hak dan kewajiban. Prinsip keadilan dalam perjanjian Islam adalah prinsip penting yang harus diterapkan dalam pembuatan, pelaksanaan, dan penyelesaian perjanjian. Prinsip ini berdasarkan firman Allah SWT dalam al-Quran Surah An Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”²⁴

Keadilan pada dasarnya terletak pada keseimbangan atau keharmonisan antara penuntutan hak dan menjalankan kewajiban. Dalam konteks kontrak, kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian harus mematuhi kewajiban dan hak masing-masing secara adil dan seimbang. Jika salah satu pihak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain, maka hal tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap prinsip keadilan dalam Islam.²⁵ Prinsip keadilan memastikan bahwa

²³ Tokopedia care, *Syarat dan Ketentuan Tokopedia Tokopedia Affiliate Program*, <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-ketentuan-tokopedia-affiliate>

²⁴ Departemen Agama RI. *al-Quran Hafalan*. (Bandung: CV. Cordoba, 2018).h. 277

²⁵ Saniah, N. S. N. (2022).Prinsip-Prinsip Dasar Hukum Islam Perspektif Al-Quran. *Al-Kauniyah*, 3(2), 1-17.

ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian adalah adil dan seimbang bagi kedua belah pihak. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa perjanjian tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan kedua belah pihak, serta tidak merugikan salah satu pihak secara berlebihan.

Prinsip keadilan dalam perjanjian didukung oleh kaidah-kaidah fiqh dan ayat-ayat Al-Quran yang menekankan pentingnya keadilan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam perjanjian. *Al- 'adl* ialah jika seseorang menunaikan apa yang seharusnya ia tunaikan sebagaimana ia menuntut apa yang menjadi haknya. Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban dengan memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya tidak bertindak sewenang-wenang. Dan tindak hanya menuntut haknya tanpa melaksanakan kewajibannya hal ini tentu akan mengarah pada pemerasan atau perbudakan terhadap orang lain.

Selain daripada itu, dalam praktik *Affiliate marketing* pada Tokopedia Affiliate program tentu melibatkan promosi produk yang dilakukan oleh pemasar afiliasi. Bentuk promosi yang dilakukan pun beragam baik dalam video *review* produk atau berupa foto/video ulasan konsumen yang telah membeli produk yang akan dipromosikan. Namun ternyata banyak kejadian ketidaksesuaian produk yang dipromosikan oleh pemasar afiliasi baik dalam video/foto *review* dengan produk afiliasi yang hendak dibeli konsumen. Sehingga hal ini akan berimbas bagi para konsumen yang telah membeli produk karena akan mengalami kerugian dan tertipu dengan iklan produk yang pasarkan oleh para pemasar affiliate di berbagai media sosial.

Berdasarkan uraian diatas terlihat betapa pentingnya memahami Tokopedia Affiliate Program agar bisa mengimbangi risiko yang mungkin terjadi. Terlebih lagi, akad pada *Affiliate Marketing* sebagai kajian utama belum banyak diteliti sehingga belum memperoleh kepastian hukum dalam tinjauan hukum ekonomi syariah. Maka dari itu penulis akan menganalisis dan membahasnya dalam penelitian ini untuk dijadikan skripsi dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktik *Affiliate Marketing* dalam Tokopedia Affiliate Program”**.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, posisi akad dalam praktik bisnis *online* Tokopedia Affiliate Program memiliki peran dalam menentukan kondisi dan ketentuan yang adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi muamalah. Salah satu isi perjanjian Tokopedia affiliate membahas terkait ketentuan komisi bagi affiliate partner yang menyatakan bahwa pihak Tokopedia berwenang sewaktu-waktu mengubah besaran komisi *affiliate partner* dengan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya. Tentu hal ini dapat memicu kerugian bagi *affiliate partner* yang dapat memengaruhi komisi yang mereka dapatkan. Bagaimana hukum ekonomi syariah memandang hal tersebut?. Berdasarkan hal tersebut, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme praktik Tokopedia Affiliate Program pada *marketplaces* Tokopedia?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik *Affiliate marketing* dalam Tokopedia Affiliate Program?
3. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap tindakan secara sepihak dalam isi perjanjian bisnis *online Affiliate marketing* pada Tokopedia Affiliate Program?

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme praktik Tokopedia Affiliate Program pada *marketplaces* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik *Affiliate marketing* dalam Tokopedia Affiliate Program.
3. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap tindakan secara sepihak dalam isi perjanjian pada Tokopedia Affiliate Program.

C. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dihasilkan melalui penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis

- a. Menambah wawasan keilmuan dalam segi kemajuan teknologi di era milenial saat ini mengenai hal yang berkaitan dengan kerja sama berbasis teknologi yang sesuai syariat islam.
 - b. Memberikan sumbangan pemikiran dalam perkembangan fikih muamalah baik yang bersifat teoritik maupun praktis.
 - c. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi syariah baik bagi akademisi maupun praktisi sebagai pertimbangan dalam melaksanakan transaksi yang berbasis pemberian komisi atas afiliasi.
2. Manfaat secara praktis
- a. Penelitian ini dapat menjadi rujukan tentang konsep Islam dalam merespon perkembangan bisnis dalam *Affiliate Marketing*.
 - b. Menyesuaikan teori-teori yang telah didapatkan selama proses perkuliahan dengan keadaan real/ nyata yang terjadi di lapangan.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu memahami bagaimana keuntungan ataupun kerugian dari pelaksanaan kerja sama berbasis teknologi.

D. Studi Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan terhadap permasalahan *Affiliate Marketing*.

1. Skripsi yang ditulis oleh Alya Izdihar Jayur Sinaga (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) yang ditulis tahun 2022, meneliti Keabsahan Sistem Affilate pada Program Shopee ditinjau dari Perspektif KUH Perdata. Masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana persyaratan perjanjian yang wajib dipenuhi untuk menjalankan Program Shopee Affiliate dalam pasal 1320 KUH Perdata dan pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata karena hal ini merupakan ketentuan paling penting dalam hukum perjanjian, Kemudian bentuk perjanjian dan akibat hukumnya apabila keabsahan dalam perjanjian tersebut tidak terpenuhi. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan syarat sah dalam Pasal 1320 KUH Perdata perjanjian yang dilakukan dalam Program Shopee Affiliate telah terpenuhi selama affiliate yang tergabung telah cakap hukum yaitu telah dinyatakan dewasa. Dan Akibat hukumnya, apabila dalam

perjanjian yang dilakukan pada Program Shopee Affiliate tidak terpenuhi maka dapat dibatalkan atau dapat batal demi hukum.²⁶

2. Skripsi yang ditulis oleh Aulia Nuraini (Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten) yang ditulis tahun 2018, meneliti Jual Beli dalam Praktik *Affiliate Marketing* pada *Internet Marketing E-Commerce* dalam Perspektif Hukum Islam. Hasil dari penelitian ini bahwa menurut Aulia Praktek *affiliate marketing* pada prinsipnya identik dengan *ju'alah* dimana *affiliate marketer* bekerja untuk *merchant* dalam rangka memperoleh komisi dan praktek *affiliate marketing* dibolehkan dalam Islam.²⁷
3. Skripsi yang ditulis oleh Atsna Faihatul Ulya, (UIN Maulana Malik Ibrahim) yang ditulis tahun 2020, meneliti Perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot: Kajian perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan hukum Islam. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa perlindungan hukum bagi afiliasi dalam Program Afiliasi Lazada.co.id pada komunitas Lazabot menurut KUH Perdata belum memberikan perlindungan hukum bagi afiliasi baik secara preventif dan juga represif, karena klausula penyelesaian sengketa belum memberikan kemudahan bagi afiliasi untuk menyelesaikan perselisihan dan belum adanya peraturan perundangundangan yang mengatur perjanjian kerjasama tersebut. Perlindungan hukum bagi afiliasi dalam Program Afiliasi Lazada.co.id pada komunitas Lazabot menurut hukum islam belum memberikan perlindungan hukum bagi afiliasi karena beberapa klausula dalam akad yang menempatkan afiliasi pada kedudukan yang tidak seimbang. Dan klausula penyelesaian sengketa belum memberikan kemudahan bagi afiliasi untuk mengaksesnya.²⁸

1.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Studi Terdahulu

²⁶ Alya Izdihar Jayur, (2022). *Keabsahan Sistem Affiliate Pada Program Shopee ditinjau dari Perspektif KUH Perdata*, Sarjana thesis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

²⁷ Nuraini, Aulia (2018) *Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing pada Internet Marketing E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*. Diploma atau S1 thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.

²⁸ Ulya, Atsna Faihatul (2020) *Perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot: Kajian perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan hukum Islam*. Undergraduate thesis, Universitas islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

No	Judul Skripsi/Artikel Jurnal	Persamaan	Perbedaan
1.	Keabsahan Sistem Affiliate Pada Program Shopee ditinjau dari Perspektif KUH Perdata	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian terkait Program Affiliasi di <i>E-Commerce</i> .	<ol style="list-style-type: none"> Objek penelitian peneliti terdahulu adalah Shopee Affiliate sedangkan objek penelitian penulis adalah Tokopedia Affiliate Program. Tinjauan Penelitian terdahulu dari perspektif KUH Perdata sedangkan Tinjauan Penelitian penulis perspektif Hukum ekonomi Syariah.
2.	Jual Beli dalam Praktek <i>Affiliate Marketing</i> pada <i>Internet Marketing E-Commerce</i> dalam Perspektif Hukum Islam.	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian terkait praktik <i>Affiliate Marketing</i> pada <i>E-Commerce</i> .	Peneliti terdahulu dalam penelitiannya ditinjau dari hukum islam sedangkan penulis penelitiannya ditinjau dari hukum ekonomi syariah
3.	Perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian salah satu program	1. Peneliti terdahulu dalam pembahasan penelitiannya lebih kepada perlindungan hukum dalam

	Lazabot: Kajian perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan hukum Islam.	affiliate dalam <i>E-Commerce</i>	<p>praktik program affiliate sedangkan penulis dalam pembahasannya lebih kepada pandangan hukum terhadap praktik program affiliate</p> <p>2. Tinjauan penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu ditinjau dari Undang-Undang Hukum Perdata dan hukum Islam. Sedangkan penulis dalam penelitiannya ditinjau dari hukum ekonomi syariah.</p>
4.	Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan <i>Affiliate Marketing</i> terhadap Volume Penjualan ²⁹	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai <i>Affiliate Marketing</i>	Perbedaan dengan jurnal tersebut terdapat pada pembahasan yang hanya menjelaskan pengaruh strategi affiliate terhadap volume penjualan. Sedangkan penulis dalam penelitiannya

²⁹ Ramadhayanti, A. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan*. AI-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN, Volume 8, No. 1. h. 94-103.

			membahas sistem <i>Affiliate Marketing</i> dalam <i>E-Commerce</i> .
--	--	--	--

E. Kerangka Pemikiran

Islam mewajibkan kepada setiap manusia untuk berusaha, salah satunya dengan cara bekerja. Dalam pandangan Islam setiap pekerjaan manusia adalah mulia. Seperti berdagang, berniaga dan atau jual beli pun merupakan suatu pekerjaan mulia, lantaran tugasnya tidak lain hanya memenuhi kebutuhan seluruh anggota masyarakat akan barang dan atau jasa untuk kepentingan kehidupannya.³⁰ Hal itu relevan dengan ilmu ekonomi yang mengajarkan manusia untuk mendapatkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhannya.³¹

Dalam Islam, untuk mendapatkan harta dapat dilakukan dengan berbagai cara asalkan sesuai dengan ketentuan syariah. Oleh karenanya, Islam sangat menganjurkan manusia untuk bekerja atau berusaha untuk kepentingan di dunia dan akhirat. Allah Swt berfirman dalam QS. At-Taubah (9) : 105, yaitu:³²

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Bekerja di dalam Islam tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam, yaitu harus tetap dalam koridor mencari rezeki dengan cara yang halal. Maka dari itu, dalam islam bekerja adalah bagian dari ibadah jika yang bekerja bersikap konsisten

³⁰ Putria, U. (2016). Aplikasi Etika Ekonomi Islam Dalam Sektor Perdagangan Dan Jasa. *ISLAMICA*, 4(1), 84-92.

³¹ Arifin Hamid, Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia Aplikasi dan Prospektifnya, Cet. 1, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2007), hlm. 44.

³² QS. At-Taubah (9) : 105, Al-Hannan, Al-Quran dan Terjemahnya, (Semarang: Raja Publishing, 2011), hlm. 203.

terhadap peraturan Allah, suci niatnya, dan tidak melupakan-Nya.³³ Hal itu sesuai dengan hadits yang artinya “Bekerja mencari yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah” (HR. Thabrani dan Baihaqi) dan juga hadits yang diriwayatkan Bukhari, yang artinya “Orang yang paling rugi di hari kiamat kelak adalah orang yang mencari harta secara tidak halal, sehingga menyebabkan ia masuk neraka”.

Bisnis (perniagaan) harus berupa usaha halal, tidak hanya dari segi objeknya, melainkan harus halal dari segi prosesnya pula. Seyogyanya setiap transaksi dilakukan dengan cara yang benar saling sukarela sesuai dengan prinsip syariah dan menghindari cara yang batil yang mana sesuai dengan surat Al-Nisa ayat 29.

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Bisnis *online Affiliate Marketing* yang saat ini menjadi model bisnis yang banyak diminati di kalangan masyarakat karena memiliki kemudahan dalam memulai, biaya yang lebih rendah, akses pasar yang lebih luas, dan potensi keuntungan yang besar. Bisnis *online* adalah bisnis dengan memanfaatkan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk atau jasa yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa³⁴ Dalam bisnis *online*, pelanggan dapat melakukan transaksi secara elektronik, seperti membeli produk atau jasa, membayar tagihan, dan lain sebagainya.³⁵

Model bisnis *online Affiliate marketing* menjadi salah satu strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk-produk *Online marketplace*. Suatu metode pemasaran *e-commerce* atau *electronic commerce*

³³ Yusuf Qardhaqi, (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, hlm. 107.

³⁴ Timothy, J. (2013). *Membangun Bisnis Online*. Elex Media Komputindo. h.2

³⁵ Purkon, A. (2014). *Bisnis online syariah*. Gramedia Pustaka Utama.

adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Maka dari itu kebanyakan *e-commerce* saat ini menerapkan program *affiliate marketing* atau program afiliasi.

Affiliate Marketing adalah suatu perbuatan dimana kita mempromosikan suatu produk dari *merchant* tertentu dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang terjadi. Menurut Prayitno, *Affiliate marketing* adalah sistem upah berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk kepada seseorang yang berhasil mempromosikan produk kepada orang lain.³⁶ Pelaksanaan kerjasama afiliasi ini dengan menggunakan link yang terhubung dengan situs pemilik produk/*Merchant*. Komisi yang didapat oleh pemasar produk/peserta afiliasi yakni dari persentase hasil penjualan produk atau cara lain yang digunakan oleh kedua belah pihak yang bekerja sama.

Sistem pembayaran dalam *affiliate marketing* adalah bagaimana komisi atau penghasilan yang diperoleh oleh afiliasi dari penjualan produk atau layanan perusahaan akan diterima dan diproses. Ada beberapa metode pembayaran yang umum digunakan dalam *affiliate marketing*, di antaranya adalah *pay per sale* (PPS), *pay per click* (PPC), dan *pay per lead* (PPL).

Pay per sale adalah metode pembayaran di mana afiliasi menerima komisi berdasarkan jumlah penjualan yang dihasilkan dari link afiliasi mereka. Metode ini merupakan salah satu yang paling umum digunakan dalam *affiliate marketing*. *Pay per click*, di sisi lain, mengacu pada metode pembayaran di mana afiliasi menerima komisi berdasarkan jumlah klik yang dihasilkan oleh link afiliasi mereka, tanpa memperhatikan apakah penjualan terjadi atau tidak. Sedangkan *pay per lead* adalah metode pembayaran di mana afiliasi menerima komisi berdasarkan jumlah tindakan tertentu yang dilakukan oleh pengunjung yang diarahkan ke situs web perusahaan, seperti mengisi formulir atau mendaftar sebagai pelanggan.³⁷

Pemilihan metode pembayaran tergantung pada tujuan perusahaan dan afiliasi. PPS lebih sesuai untuk perusahaan yang ingin memastikan bahwa setiap komisi

³⁶ Prayitno. (2008). *Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia*. Goechi.

³⁷ S'to. (2010). *Internet Business Classroom Affiliate Marketing*. Jasakom. h. 17

yang dibayarkan terkait dengan penjualan yang terjadi. Sementara itu, PPC cocok untuk perusahaan yang ingin meningkatkan lalu lintas ke situs web mereka tanpa perlu memperhatikan apakah pengunjung tersebut melakukan pembelian atau tidak. PPL dapat digunakan jika perusahaan ingin meningkatkan pangsa pasar dengan meningkatkan jumlah prospek atau pelanggan potensial.

Jika diperhatikan dari mekanismenya, Dalam Islam *Affiliate marketing* termasuk dalam akad jual beli dengan menggunakan perantara. Metode perantara ini termasuk bentuk aplikasi etika ekonomi Islam dalam Bidang Perdagangan yaitu *indirect selling* yang dalam aplikasinya penjualan tidak secara langsung ditujukan dari penjual kepada konsumen namun menggunakan metode perantara.³⁸ Pembuatan mengupah perantara karena jasanya diperbolehkan. Sebagaimana kita ketahui bahwa setiap transaksi harus 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.³⁹

Sistem komisi yang diterapkan pada program *affiliate* dalam Islam identik dengan *ujrah*. *Ujrah* adalah bagian dari Akad *Ijarah*. Menurut pendapat ulama terkemuka Sayyid Sabiq yang dikutip oleh Abdul Rahman dalam bukunya, *al-Ujrah* adalah suatu imbalan. *ujrah* atau *al-ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi untuk mengambil manfaat dengan jalan memberi penggantian.

Namun dari segi akad, *Affiliate Marketing* sama dengan akad *ju'alah*. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ju'alah* adalah perjanjian imbalan

³⁸ Putria, Nasrudin. (2016). Aplikasi Etika Ekonomi Islam Dalam Sektor Perdagangan Dan Jasa. *ISLAMICA*, 4(1), 84-92.

³⁹ Rachmat Soenjoto, "E-commerce Dalam Perspektif Islam," dalam *Islamic Economics Journal*, Vol. 1, No. 2 (Desember 2015) Universitas Darussalam Gontor, h. 214.

dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama. Imbalan dalam akad *ju'alah* menggunakan empat kata yaitu *awards (al-ja'izah)*, bonus (*al-mukafa'ah*), komisi (*al-ju'l*), dan upah tertentu (*al-ujrah al-muayyan*). Adapun istilah imbalan yang paling tepat dalam akad *ju'alah* adalah *al-ju'l*.⁴⁰

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. Sebagaimana dalam Al Quran surat Yusuf ayat 72 sebagai berikut:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Mereka menjawab, “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta, dan aku jamin itu.”⁴¹

Pada umumnya, ulama berpendapat bahwa akad *ju'alah* termasuk dalam domain akad perjanjian, sebagaimana diatur dalam hukum perjanjian (dikenal juga dengan istilah hukum perikatan), karena *ju'alah* dapat mengandung hak dan kewajiban yang lahir karena perjanjian. 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.⁴² Dalam al-qur'an istilah akad yaitu *al aqadu* yang berarti perjanjian atau perikatan.

⁴⁰ Jaih Mubarak, Hasanudin. (2020). *Fiqh Muamalah Maliyah Akad Ijarah dan Jualah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset. h. 273

⁴¹ Departemen Agama RI. (2006). *al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, h. 244.

⁴² Miru, Ahmad. (2020). *Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak*, h.3

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan akad sebagai kesepakatan antara dua belah pihak atau lebih untuk melakukan suatu perbuatan hukum tertentu. Suatu akad diwujudkan dalam *ijab* dan *qobul* yang menunjukkan kesukarelaan secara timbal balik terhadap perjanjian yang dilakukan oleh masing-masing pihak yang harus sesuai dengan syariat Islam.⁴³

Akad adalah perikatan yang ditetapkan dengan *ijab qobul* berdasarkan ketentuan syara yang berdampak pada objeknya.⁴⁴ Dengan demikian, *ijab qobul* adalah suatu perbuatan atau pernyataan untuk menunjukkan suatu keridhaan dalam berakad diantara dua orang atau lebih, sehingga terhindar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara. Oleh karena itu dalam Islam tidak semua bentuk kesepakatan atau perjanjian dapat di kategorikan sebagai akad.⁴⁵

Dalam pelaksanaannya, akad *ju'alah* perlu memegang teguh asas-asas perjanjian dan etika bisnis Islam. Adapun asas-asas perjanjian dalam Islam diantaranya adalah⁴⁶:

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 memasukan klausul apa saja kedalam akad yang dibuatnya sesuai dengan kepentingannya sejauh tidak merugikan 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 berbasas konsensual.

⁴³ Pasal 20 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

⁴⁴ Burhanuddin S. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*, Yogyakarta: UII Press, hlm 80

⁴⁵ Syafe'i, Rachmat (2016). *Fiqih Muamalah*, Cet.10 Bandung: CV. Pustaka Setia

⁴⁶ Ika Yunia Fauzia. (2014). *Prinsip dasar ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada media grup.

4. Asas janji itu mengikat, yang merujuk pada Al-qur'an dan Al-hadis banyak terdapat perintah agar manusia memenuhi janji-janinya. Dalam kaidah ushul fiqh "perintah itu pada dasarnya menunjukkan 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 keseimbangan antara pihak yang melakukan 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 transaksi 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.

Berdasarkan pengklasifikasian perjanjian mengacu pada jenis kontrak, perjanjian *ju'alah* termasuk ke dalam perjanjian unilateral. Perjanjian unilateral adalah bentuk perjanjian yang dibuat oleh pihak pertama dengan tujuan bahwa pihak lain dalam perjanjian akan menerimanya. Dengan perkataan lain, sebuah perjanjian unilateral hanya mengikat satu orang yang membuat perjanjian itu

sampai perjanjian itu diterima oleh pihak lain, dan ketika perjanjian itu diterima, masing-masing pihak terikat dalam perjanjian itu. Dalam perjanjian *ju'alah*, penawar diikat oleh penawaran unilateral sampai pihak lain menerima penawaran itu. Ketika penawaran itu diterima, masing-masing pihak diikat oleh perjanjian mereka.

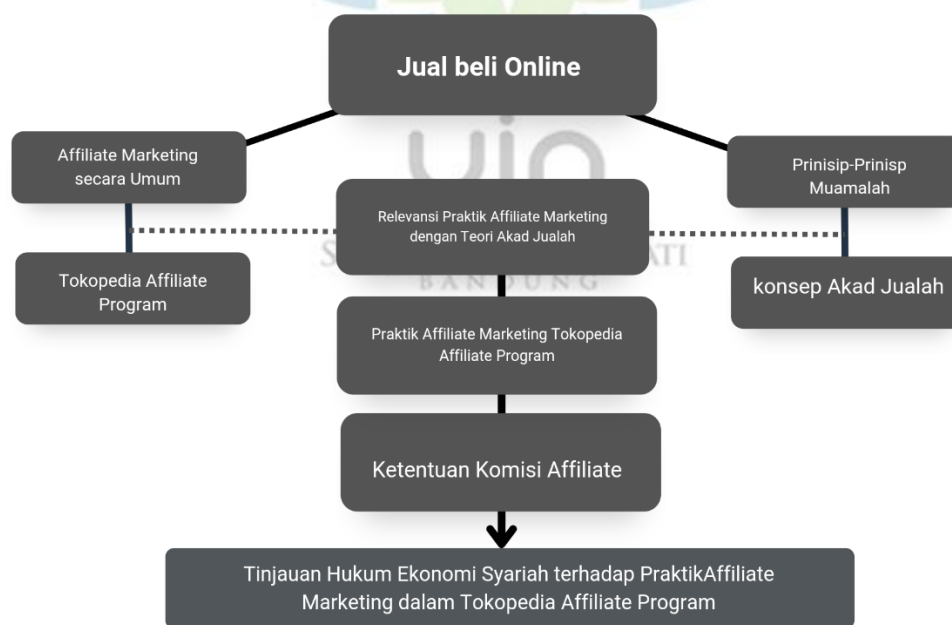
Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka konsep bisnis *online affiliate marketing* dalam Tokopedia Affiliate program dapat dikatakan sebagai *ju'alah* karena komisi yang didapatkan berdasarkan pekerjaan yang telah dilakukan yaitu telah terjualnya suatu produk dari *link* yang mereka pasarkan atau promosikan. Pemasar afiliasi atau *affiliate partner* berhak mendapatkan komisi berupa uang dengan jumlah tertentu apabila telah mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dalam perjanjian. Tujuan yang dimaksud adalah jika *affiliate partner* mampu mempromosikan produk Tokopedia melalui link afiliasi sampai terjadi penjualan

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

1. *Al-Ashl fi al-mu'amalat al-ibahah* (hukum dasar muamalat adalah mubah)
2. *Al-Ibrah bi al-maqashid wa al-musammayat la bi al-alfazh wa at-tasmiyat* (patokan yang jadi egangan 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'raffi ma la yukhalifasy_syara'* (memperhatikan tradisi dan kebiasaan masyarakat yang tidak menyalahi syariat)⁴⁷

Kaidah-kaidah muamalah diatas merupakan aturan-aturan yang harus diikuti oleh setiap pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kaidah-kaidah tersebut berfungsi untuk membatasi perilaku-perilaku yang dapat membahayakan keberlangsungan bisnis serta mencegah terjadinya ketidakadilan dalam berbisnis. Dalam konteks *affiliate marketing*, para pelaku bisnis harus mematuhi kaidah-kaidah muamalah agar tidak terjerumus pada perilaku yang merugikan konsumen maupun mitra bisnisnya. Misalnya, mereka tidak diperbolehkan untuk menggunakan tindakan curang atau menipu untuk memperoleh keuntungan, serta harus menjunjung tinggi etika bisnis yang sehat dan bertanggung jawab. Dengan mematuhi kaidah-kaidah muamalah, *affiliate marketing* dapat menjalankan bisnisnya dengan baik dan memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak yang terlibat.



Gambar 1.1 Peta Konsep Kerangka Pemikiran

⁴⁷ Yusuf Al-Qaradhawi, *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014), h. 7

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, Metode penelitian yuridis normatif adalah suatu cara atau metode yang digunakan dalam melakukan penelitian hukum dengan mempelajari peraturan perundang-undangan yang berlaku, doktrin, prinsip-prinsip hukum, dan keputusan-keputusan pengadilan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Metode ini berfokus pada analisis terhadap teks hukum dan tujuannya adalah untuk menjawab permasalahan hukum yang ada. Menurut Soerjono Soekanto, metode penelitian yuridis normatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengacu pada bahan-bahan hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, doktrin, prinsip-prinsip hukum, dan putusan pengadilan, yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian hukum.⁴⁸ Dengan metode ini, peneliti akan menganalisis norma-norma atau aturan-aturan yang berlaku dalam hukum ekonomi syariah terkait dengan topik penelitian, lalu menghubungkannya dengan praktik bisnis *online affiliate marketing* pada Tokopedia Affiliate Program.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, Penulis bertujuan bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan terperinci tentang suatu fenomena atau peristiwa dengan mengkaji dan menganalisis data yang ada. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena yang diamati, tetapi juga mencari penjelasan atau faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Sugiyono, penelitian deskriptif analitis adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat suatu populasi atau obyek penelitian serta hubungan antara variabel-variabel yang ada di dalamnya. Dengan cara pengumpulan data secara mendalam, terutama melalui wawancara dan observasi, serta dilakukan analisis data secara induktif.⁴⁹

⁴⁸ Soekanto, Soerjono. (2014). *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press: Jakarta. h.50.

⁴⁹ Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, hlm. 45.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu kualitatif, data kualitatif merupakan data-data yang dijadikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang dirumuskan pada tujuan yang telah ditetapkan⁵⁰. Dalam penelitian ini data kualitatif berupa data tentang mekanisme dari *platform* Tokopedia Affiliate Program, data hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pengguna *platform* Tokopedia Affiliate Program, juga data-data dari buku, artikel, dan jurnal guna untuk meninjau platform tersebut dari sisi hukum ekonomi syariahnya.

Adapun sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data primer penelitian ini diperoleh dari situs *marketplace* Tokopedia. Penjanjian antara *merchant* dan Tokopedia, *Tokopedia Affiliate Program*, hasil wawancara dengan *Affiliate Tokopedia*, dan yang menyelenggarakan *Affiliate Marketing* guna memahami mekanismenya dan buku-buku yang membahas *Internet Marketing* maupun *Affiliate Marketing*.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Adapun sumber data yang akan diperoleh dari penelitian ini bersumber dari buku-buku dan literatur lainnya yang membahas mengenai *Internet Marketing* khususnya *Affiliate Marketing* dan ekonomi Islam khususnya mengenai kerjasama dalam Islam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Artinya, Penulis akan mengumpulkan data dengan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data

⁵⁰ Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, ..h. 273.

yang valid dan juga sesuai dengan kenyataannya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, dokumen peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan dokumen-dokumen lain yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁵¹ Peneliti akan mencari dan mengumpulkan data dari sumber-sumber yang tersedia dan relevan dengan permasalahan penelitian. Data yang diperoleh akan dianalisis dan diinterpretasikan dalam konteks hukum.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari sumber data di lapangan dengan melakukan observasi, wawancara, dan pengamatan terhadap kasus-kasus yang terjadi.⁵² Studi lapangan dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang lebih detail dan mendalam mengenai permasalahan penelitian. Peneliti akan melakukan observasi terhadap sistem Tokopedia Affiliate Program dari cara kerja, sistem komisi dan lain sebagainya. Serta Peneliti juga akan melakukan wawancara terhadap pengguna Tokopedia Affiliate Program agar mendapatkan data dan informasi secara langsung dari sumber atau responden yang sesuai dan memenuhi kriteria juga dianggap valid.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari dokumen-dokumen tertulis seperti laporan, rekaman, catatan, surat-menyurat, dan dokumen lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁵³ Dokumen tersebut diantaranya aplikasi marketplace Tokopedia, dokumen layanan syarat dan ketentuan platform *Tokopedia Affiliate Program* yang terdapat dalam *marketplace* Tokopedia, dan sejarah PT. Goto

⁵¹ Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, h. 273.

⁵² Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, h. 60.

⁵³ Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, h. 62.

Indonesia. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan dokumen-dokumen tersebut untuk dianalisis dan diinterpretasikan dalam konteks hukum.

5. Analisis Data

Langkah terakhir yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu menganalisis data, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian dan menunjang terlaksananya penelitian.
- b. Melakukan penyeleksian dari data yang telah didapat dari subjek penelitian.
- c. Mengklasifikasi data yang diperoleh setelah diseleksi terlebih dahulu dengan mengelompokkan berdasarkan kategori data yang diteliti.
- d. Menganalisis data penelitian, yaitu meninjau keterkaitan data-data penelitian dengan subjek utama penelitian.
- e. Interpretasi data, merupakan gabungan dari analisis data dengan berbagai macam pertanyaan, untuk memperoleh kesimpulan analisis data.
- f. Menyimpulkan, yaitu tahap akhir dari penelitian. Akan diketahui hasil akhir dari rangkaian penelitian yang dilakukan.