

ABSTRAK

Mega Silvia: Implementasi Affiliate Marketing Pada Platform Tiktok Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Tiktok menjadi aplikasi paling populer saat ini, bahkan aplikasi dengan penggunaan terbanyak bagi kalangan anak muda. *Affiliate marketing* menjadi model pemasaran baru setelah dikenalkan internet, kini metode tersebut diterapkan oleh Tiktok Shop. Sebagai pionir platform *social-commerce* terbesar Tiktok menghadirkan sistem *affiliate* berbasis aplikasi dalam marketplacenya. Indonesia dengan pengguna terbanyak kedua di dunia menimbulkan akibat negatif dengan dampak persaingan tidak sehat. Pengguna mayoritas muslim mendapat kewajiban untuk mengamalkan muamalah sesuai tuntunan syariah. Tiktok tidak menyatakan secara implisit sebagai platform berlandaskan syariah, ditambah belum terpenuhinya pendaftaran legalitas yang wajib dipenuhi pada platform yang menyelenggarakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Belum ada lembaga pengawas secara khusus yang menjamin pelaksanaan muamalah sesuai syariah, juga pengawasan yang berubah seiring peraturan yang baru diterbitkan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis: (1) Sistem pelaksanaan *affiliate marketing* di Tiktok Shop; (2) Dasar hukum dan Pengawasan terhadap pelaksanaan *Affiliate Marketing* di Tiktok Shop; (3) Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap pelaksanaan *Affiliate Marketing* di Tiktok Shop.

Kerangka pemikiran dalam penelitian implementasi sistem *affiliate marketing* pada platform Tiktok berpijak pada teori akad perantaraan sehingga dapat mengetahui sejauh mana kepatuhan pelaksanaan *affiliate marketing* pada platform Tiktok. Pada penelitian ini digunakan pengamatan dan perumusan dengan metode deskriptif-analisis. Metode yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan metode yuridis-normatif. Pengumpulan data yang didapatkan berupa dokumen studi kepustakaan untuk melengkapi literatur dan studi lapangan melihat dan mengamati langsung keberjalanan aktifitas *affiliate marketing*. Data kualitatif disajikan dengan teknik mengumpulkan data, reduksi data, display data, menarik kesimpulan dan verifikasi.

Data yang ditemukan bahwa: (1) Sistem pelaksanaan *affiliate marketing* yang dilaksanakan di Tiktok Shop menerapkan sistem *affiliate marketing* pada umumnya, hanya saja Tiktok memberikan fokus pelaksanaannya pada integrasi antara Tiktok dengan Tiktok Shop. (2) Keberadaan Tiktok sebagai marketplace harus diawasi dan dijalankan berdasarkan Permendag No. 31 Tahun 2023 (Pengganti No. 50 Tahun 2020) tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Sayangnya hingga kini penelitian dibuat, Tiktok Shop belum memenuhi legalitasnya. (3) *Affiliate Marketing* pada Platform Tiktok dilakukan atas dasar pelaksanaan marketplace berdasarkan prinsip syariah. Transaksi yang dilakukan dapat disimpulkan menggunakan akad *Samsarah* dan/atau *Ju'alah*. Jenis akad tersebut disesuaikan dengan jenis program afiliasi yang ditawarkan oleh Tiktok Shop. Keduanya merupakan akad perantaraan yang dibolehkan dengan syarat tidak melakukan perantaraan yang dilarang dalam Islam, salah satu contohnya adalah talaqi rukban yang dilarang oleh Islam karena memanfaatkan perantaraan untuk penipuan harga sehingga terjadi pasar yang tidak sehat.

Kata kunci: *Affiliate, Ju'alah, Marketplace, Samsarah, Tiktok.*

ABSTRACT

Mega Silvia: Implementation of Affiliate Marketing on The Tiktok Platform from a Sharia Economic Law Perspective

TikTok is currently the most popular application, in fact the application with the most use among young people. Affiliate marketing has become a new marketing model after the internet was introduced, now this method is being implemented by Tiktok Shop. As a pioneer of the largest social-commerce platform, Tiktok presents an application-based affiliate system in its marketplace. Indonesia, with the second largest number of users in the world, has negative consequences with the impact of unhealthy competition. The majority of Muslim users are obliged to practice muamalah according to sharia guidelines. Tiktok does not implicitly declare that it is a sharia-based platform, plus it has not yet fulfilled the legality registration that must be fulfilled by platforms that carry out trading via electronic systems. There is no specific supervisory institution that guarantees the implementation of muamalah according to sharia, and supervision changes as new regulations are issued.

The aim of this research is to describe and analyze: (1) The affiliate marketing implementation system at Tiktok Shop; (2) Legal basis and supervision of the implementation of Affiliate Marketing at the Tiktok Shop; (3) Review of sharia economic law on the implementation of Affiliate Marketing at the Tiktok Shop.

The framework for research on the implementation of the affiliate marketing system on the Tiktok platform is based on the theory of intermediary contract so that it can determine the extent of compliance with the implementation of affiliate marketing on the Tiktok platform. In this research, observation and formulation were used using the descriptive-analysis method. The method used in this research is the juridical-normative method. The data collected is in the form of literature study documents to complement the literature and field studies to see and directly observe the progress of affiliate marketing activities. Qualitative data is presented using techniques for collecting data, reducing data, displaying data, drawing conclusions and verifying.

The data found that: (1) The affiliate marketing implementation system implemented at Tiktok Shop applies the affiliate marketing system in general, only Tiktok focuses its implementation on integration between Tiktok and Tiktok Shop. (2) The existence of Tiktok as a marketplace must be monitored and implemented based on Minister of Trade Regulation No. 31 of 2023 (Replacement No. 50 of 2020) concerning Business Licensing, Advertising, Guidance and Supervision of Business Actors in Trading Through Electronic Systems. Unfortunately, until now research has been carried out, Tiktok Shop has not yet met its legality. (3) Affiliate Marketing on the Tiktok Platform is carried out on the basis of implementing a marketplace based on sharia principles. Transactions carried out can be concluded using the Samsarah and/or Ju'alah contracts. This type of contract is adjusted to the type of affiliate program offered by Tiktok Shop. Both are intermediary contracts which are permitted on the condition that no intermediary is prohibited in Islam, one example is talaqi rukban which is prohibited by Islam because it uses intermediaries to cheat prices resulting in an unhealthy market.

Keywords: *Affiliate, Ju'alah, Marketplace, Samsarah, Tiktok.*

مستخلص البحث

ميغ صلفياع : تنفيذ التسويق بالعمولة على منصة Tiktok من منظور القانون الاقتصادي المتوافق مع الشريعة الإسلامية

يعد TikTok حاليًا التطبيق الأكثر شعبية، في الواقع التطبيق الأكثر استخدامًا بين الشباب. أصبح التسويق بالعمولة نموذجًا تسويقيًا جديدًا بعد ظهور الإنترنت، والآن يتم تنفيذ هذه الطريقة بواسطة Tiktok Shop باعتبارها رائدة في أكبر منصة للتجارة الاجتماعية، تقدم Tiktok نظامًا تابعًا قائمًا على التطبيقات في سوقها. إن إندونيسيا، التي تضم ثاني أكبر عدد من المستخدمين في العالم، لها عواقب سلبية بسبب تأثير المنافسة غير الصحية. غالبية المستخدمين المسلمين ملزمون بممارسة المعاملات وفقًا لإرشادات الشريعة. ولا تعلن "تيك توك" ضمنياً أنها منصة متوافقة مع الشريعة الإسلامية، كما أنها لم تستوف حتى الآن شروط التسجيل الشرعية التي يجب أن تستوفها المنصات التي تمارس التداول عبر الأنظمة الإلكترونية. لا توجد مؤسسة رقابية محددة تضمن تنفيذ المعاملات وفقاً للشريعة الإسلامية، ويتغير الإشراف مع صدور لوائح جديدة.

الهدف من هذا البحث هو وصف وتحليل: (1) نظام تنفيذ التسويق بالعمولة في متجر Tiktok ؛ (2) الأساس القانوني والإشراف على تنفيذ التسويق بالعمولة في متجر Tiktok ؛ (3) مراجعة القانون الاقتصادي الشرعي بشأن تنفيذ التسويق بالعمولة في متجر Tiktok.

يعتمد إطار البحث حول تطبيق نظام التسويق بالعمولة على منصة Tiktok على نظرية الالتزام بالشريعة الإسلامية والقانون الوضعي المطبق حتى يمكن تحديد مدى الالتزام بتطبيق التسويق بالعمولة على منصة Tiktok. وفي هذا البحث تم استخدام الملاحظة والصياغة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. والمنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج القانوني المعياري. البيانات التي تم جمعها هي في شكل وثائق دراسة الأدبيات لاستكمال الأدبيات والدراسات الميدانية لرؤية ومراقبة التقدم المحرز في أنشطة التسويق بالعمولة بشكل مباشر. يتم تقديم البيانات النوعية باستخدام تقنيات جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج والتحقق.

وجدت البيانات أن: (1) نظام تنفيذ التسويق بالعمولة المطبق في Tiktok Shop يطبق نظام التسويق بالعمولة بشكل عام، Tiktok فقط يركز تنفيذه على التكامل بين Tiktok و Tiktok Shop. (2) يجب مراقبة وتنفيذ وجود Tiktok كسوق بناءً على لائحة وزير التجارة رقم 100 وتاريخ 2019/10/11. قانون رقم 31 لسنة 2023 (بديل رقم 50 لسنة 2020) في شأن ترخيص الأعمال والإعلان والإرشاد والإشراف على العاملين في التجارة من خلال الأنظمة الإلكترونية لسوء الحظ، حتى الآن تم إجراء الأبحاث، ولم يستوف متجر Tiktok شرعيته بعد. (3) يتم التسويق بالعمولة على منصة Tiktok على أساس تنفيذ سوق يعتمد على مبادئ الشريعة الإسلامية. يمكن إتمام المعاملات المنفذة باستخدام عقود السمسرة و/أو الجعالة. يتم تعديل هذا النوع من العقود ليناسب نوع البرنامج التابع الذي يقدمه متجر Tiktok. كلاهما عقود وسيطة مسموح بها بشرط عدم وجود وسيط محظور في الإسلام، ومن الأمثلة على ذلك طلق الركبان الذي يجرمه الإسلام لأنه يستخدم وسطاء لغش الأسعار مما يؤدي إلى سوق غير صحي.

الكلمات الرئيسية : التابعة، الجعالة، السوق، سمسرة، تيك توك.