

Sistem Dan Praktik *Affiliate Marketing* Pada *E-Commerce* Perspektif Hukum Islam

Farchana Haryumeinanda¹

Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Kendal Ngawi¹

E-mail: farchana.nanda@gmail.com¹

Abstrak

Affiliate marketing merupakan suatu strategi mempromosikan produk dari suatu perusahaan melalui berbagai media online dengan cara membagikan tautan atau link produk tersebut. Namun, terdapat pandangan negatif terhadap pemasaran afiliasi yang dapat menimbulkan risiko dan potensi penyalahgunaan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif yang disajikan secara deskriptif analitis, mencoba menggambarkan teori-teori dan praktik-praktik hukum mengenai objek permasalahan yang diteliti. Penulis ini akan menggambarkan bagaimana praktik affiliate marketing menurut Hukum Islam. Kesimpulannya adalah sistem marketing affiliate ini dapat diqiyaskan dengan akad ju'alah. Akad ju'alah merupakan suatu perjanjian yang dilakukan oleh para pihak untuk memberikan suatu upah atau komisi tertentu atas keberhasilannya dalam melakukan suatu pekerjaan atau prestasi yang sudah ditentukan. Mengingat sering terjadi malpraktik jual beli online dan affiliator bekerja hanya membubuhkan link yang dibagikan dari e-commerce ke sosial media, maka rukun ini juga harus dipenuhi agar transaksi bisa dikatakan sah. Kemudian dalam bentuk perlindungan affiliator dan konsumen, peran penjual dan pembeli dalam terjadinya suatu transaksi sangat berpengaruh.

Kata Kunci: *Affiliate; E-Commerce; Hukum Islam.*

Abstract

Affiliate marketing is a strategy for promoting a company's products through various online media by sharing links or product links. However, there are negative views towards affiliate marketing that can pose risks and potential misuse. This research uses a normative type of research presented descriptively analytically, attempting to describe the theories and legal practices regarding the object of the problem being studied. This author will describe how affiliate marketing practices are viewed according to Islamic Law. In conclusion, the affiliate marketing system can be analogized to the ju'alah contract. The ju'alah contract is an agreement made by the parties to provide a certain reward or commission for their success in performing a predetermined task or achievement. Considering the frequent malpractice in online buying and selling, and that affiliates only place links shared from e-commerce on social media, this condition must also be fulfilled for the transaction to be considered valid. Then, in terms of protecting affiliates and consumers, the roles of sellers and buyers in a transaction are very influential.

Keywords: *Affiliate; E-Commerce; Islamic Law.*

PENDAHULUAN

Ekonomi merupakan suatu kegiatan yang tidak terhindarkan bagi manusia, sehingga manusia akan mempunyai keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Di era saat ini yang ditandai oleh tekanan ekonomi yang besar dan perkembangan teknologi yang pesat,

hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran dari metode bisnis tradisional ke metode modern yang dilakukan secara langsung maupun online. Untuk memenuhi kebutuhan yang lebih, manusia melakukan berbagai strategi, terutama yang paling mudah. Oleh karena itu, di zaman yang serba teknologi seperti sekarang, transaksi jual beli online menjadi pilihan utama.

Bagi para pengusaha online, internet merupakan wadah yang sangat penting untuk meraih keuntungan. Salah satu cara yang mereka lakukan adalah dengan membuka online shop atau toko online, yang terhubung melalui platform *e-commerce*. E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan proses jual beli produk atau jasa secara daring melalui internet. Dampak e-commerce sendiri menunjukkan bahwa e-commerce telah digunakan berbagai bidang bisnis dan para ahli bisnis memanfaatkan potensi besar internet, yang memungkinkan mereka untuk menghasilkan transaksi perdagangan barang dan jasa senilai ratusan miliar di seluruh dunia.¹

Salah satu opsi yang disediakan oleh platform marketplace atau toko online untuk meningkatkan penjualan mereka adalah melalui fitur affiliate marketing atau pemasaran afiliasi. Affiliate marketing merupakan suatu strategi pemasaran daring di mana seorang mitra mempromosikan produk dari suatu perusahaan melalui berbagai media online dengan cara membagikan tautan atau link produk tersebut.² Untuk mengoperasikan bisnis online tersebut, pelaku afiliasi tidak memerlukan modal sama sekali karena mereka tidak perlu menyimpan stok barang. Cara kerja model afiliasi ini hanya menawarkan promosi produk dengan cara memasang tautan atau banner iklan melalui berbagai media online seperti situs web pribadi atau media sosial. Ketika konsumen tertarik untuk membeli suatu produk yang tersedia, konsumen akan mengklik tautan afiliasi tersebut untuk melanjutkan transaksi, dan produk akan dikirimkan langsung oleh pihak suplier. Meskipun tidak memiliki persediaan barang, para afiliasi ini akan menerima komisi dari platform marketplace setiap kali ada konsumen yang melakukan transaksi melalui tautan atau banner iklan yang mereka tampilkan di situs web mereka.

Namun, terdapat pandangan negatif terhadap pemasaran afiliasi yang dapat menimbulkan risiko dan potensi penyalahgunaan. Secara praktis, ketika konsumen menanyakan informasi lebih lanjut tentang produk kepada afiliasi, mereka mungkin tidak memiliki pengetahuan yang lengkap terkait suatu produk yang mereka tawarkan karena mereka tidak memiliki stok produk dan tidak memiliki hubungan kerja sama dengan pemasok. Akibatnya, informasi

¹ Mohd Ma'sum Billah, *Applied Islamic E-Commerce: Law and Practice* (Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2008), hlm. 57.

² Juliana, dkk., *Marketing Strategi In Digital Era*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Manajemen, 2020), hlm. 15.

tentang produk tersebut mungkin tidak terlalu jelas karena afiliator menawarkan produk yang tidak sepenuhnya dalam kendali mereka, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen.

Dalam sistem jual beli seperti ini, prinsip kepemilikan barang yang utuh menjadi penting. Ini berarti bahwa seseorang harus memiliki barang yang ingin dijual jika ingin terlibat dalam perdagangan. Terutama dalam Islam kepemilikan merupakan syarat sah dalam transaksi jual beli. Kepemilikan yang sempurna mengacu pada hak milik penuh terhadap suatu benda dan manfaatnya bersama-sama, sehingga semua hak terkait tetap berada di tangan pemiliknya sesuai dengan hukum syariah.³ Sehingga jika barangnya tidak dimiliki secara sempurna/utuh maka barang tersebut tidak dapat diperjualbelikan secara hukum karena hal tersebut sangat potensial menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Dalam artikel ini, penulis perlu mengeksplorasi sudut pandang hukum Islam terhadap potensi penyalahgunaan dalam pemasaran afiliasi, karena dalam Islam, segala tindakan yang berpotensi merugikan orang lain harus dihindari. Oleh karena itu, regulasi yang baik dan profesional diperlukan dalam menjalankan bisnis afiliasi untuk mencegah terjadinya risiko penyalahgunaan.

METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian, penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif, yaitu penelitian di bidang ilmu hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan yang merupakan data sekunder dan oleh karena itu disebut juga dengan penelitian hukum kepustakaan. Jenis penelitian hukum yang seperti ini dapat juga disebut sebagai jenis penelitian yuridis-normatif, yaitu adalah metode penelitian hukum dengan metode meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.⁴ Penelitian yang dilakukan secara deskriptif analitis juga mencoba menggambarkan teori-teori dan praktik-praktik hukum mengenai objek permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini akan menggambarkan bagaimana praktik *Affiliate Marketing* dan bagaimana Hukum Islam melihat praktik Ekonomi Modern tersebut yang dilakukan di beberapa produk *E-commerce*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Transaksi Sistem Kerjasama Affiliate Marketing Pada E-Commerce Menurut Hukum Islam

³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 72.

⁴ Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2010, hlm. 13

Istilah "affiliate" atau "afiliasi" berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti bergabung, ikatan, atau sering kali diartikan sebagai keterkaitan dalam konteks kerja sama atau bisnis.⁵ Affiliate marketing dapat diartikan sebagai bentuk pemasaran di mana afiliator mempromosikan produk milik orang lain, dan jika berhasil menjual produk tersebut, afiliator akan menerima komisi dari pemilik barang tersebut.⁶

Cara kerja affiliate bervariasi, namun yang lebih populer adalah melalui penggunaan tautan atau URL afiliasi. Seorang afiliator akan diberikan tautan atau URL afiliasi yang khusus untuk melakukan promosi. Afiliasi harus mengarahkan calon pembeli ke URL tersebut dengan membagikan ke sosial media. Ketika ada pengguna internet atau sosial media mengklik atau mengakses tautan tersebut, maka akan dialihkan ke situs web penjualan dalam hal ini market place atau e-commerce yang dimiliki oleh vendor. Dan jika pengguna tersebut melakukan transaksi artinya pengguna tersebut melakukan pembelian, dengan demikian transaksi akan tercatat atas nama afiliator tersebut dan berhak atas komisi.⁷ Untuk proses pembayaran, biasanya diminta untuk memberikan informasi seperti nama, alamat lengkap, nama penerima komisi, alamat email, nomor telepon, dan sebagainya. Selanjutnya, terjadi perjanjian afiliasi yang berisi pernyataan kesepakatan terhadap syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh merchant. Dengan sistem kerja demikian, dapat dikatakan bahwa Pemasaran afiliasi adalah sebuah bisnis kerjasama, antara *merchant/vendor* dengan *marketer*.

Terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pemasaran afiliasi dalam kerangka hukum Islam, meliputi berbagai aspek e-commerce itu sendiri, perjanjian antara affiliate dan vendor dalam konteks market place, serta pembagian pendapatan dan keuntungan dari perjanjian yang telah disepakati oleh keduanya.

E-Commerce Menurut Hukum Islam

E-commerce menjadi salah satu platform utama yang sering digunakan untuk bertransaksi secara online. Di Indonesia, jumlah pengunjung e-commerce secara keseluruhan mencapai lebih dari 500 juta pengguna. Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli adalah e-commerce yang paling banyak dikunjungi.⁸ E-commerce, atau yang sering disebut perdagangan elektronik, adalah proses pembelian dan penjualan barang serta jasa melalui media elektronik atau web secara global. Selain itu, e-commerce mencakup transaksi

⁵ Suwandi Chow, *Kaya dari Affiliate Marketing dan Forex* (Kompas Gramedia, Jakarta, 2010) hlm. 14.

⁶ Jefferly Helianthusonfri, *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Affiliate Marketing* (Gramedia, Jakarta, 2014) hlm. 10.

⁷ *Ibid*; hlm. 9.

⁸ <https://beritausaha.com/bisnis-e-commerce/marketplace-di-indonesia/>, diakses 6 Mei 2024.

keuangan lainnya yang dilakukan melalui komputerisasi dengan memanfaatkan layanan online, jaringan, dan perangkat modern lainnya untuk menyelesaikan operasi tersebut.

Sebagaimana dalam ketentuan jual beli secara umum, syariat telah menjadikan faktor suka sama suka sebagai syarat mendasar bagi akad jual beli. Demikian juga menurut al-hadis Nabi Muhammad SAW: “Dari Daud Ibn Sholeh Al-Madani Rasulullah SAW bersabda, sesungguhnya transaksi jual beli itu harus atas dasar kerelaan”.⁹ Jual beli online sama halnya dengan jual beli dengan jarak jauh, di mana penjual dan pembeli berada di lokasi yang berbeda. Jika dikaitkan dengan prinsip suka sama suka atau kerelaan sebagai syarat utama dalam jual beli, maka kesepakatan (an-taradhi) antara penjual dan pembeli tetap dapat terjadi, dan ijab dan qabul bisa dilakukan dalam satu majelis akad meskipun mereka berada di tempat yang berbeda. Oleh karena itu, jual beli jarak jauh, baik melalui telepon, internet, maupun media lainnya, pada dasarnya memiliki hukum yang sama dengan jual beli yang dilakukan di satu tempat, dan lokasi tidak menghalangi terjadinya ijab dan qabul.

Adapun dari aspek lain, yaitu konsekuensi tidak adanya penjual dan pembeli di satu tempat yang sama, yang menyebabkan barang yang dijual tersebut menjadi dzimmah maushufah (tanggungannya yang dideskripsikan), baik dalam bentuk image, film atau yang lain, maka status transaksi e-commerce ini sama dengan jual beli Salam. berdasarkan dari Al-Kasani berkata, “sedangkan (ijab dan qabul melalui) pesan, gambarannya adalah mengirim utusan kepada seseorang, lalu dia berkata kepada utusan itu, “Aku jual hamba sahayaku ini kepada Fulan yang tidak ada di tempat ini, dengan harga sekian, jadi pergilah kepadanya... Lalu, utusan itu pergi dan menyampaikan pesan tadi. Setelah itu, pembelinya berkata di majelis (qabul), “*saya terima.*” maka, *jual beli seperti ini sah.*” Dalam kitab al-majmu’ dinyatakan, “jika kita katakan sah (jual beli melalui tulisan), maka syaratnya adalah orang yang diberi tulisan itu menerima, begitu dia melihat tulisan tersebut. Itu yang lebih sah.” Kemudian penulis kitab alMajmu’ ini berkata, “sebagian ulama mazhab kami (Syafii) berpendapat sebagai pendetilan atas keabsahan jual beli melalui tulisan tersebut. Seandainya dia berkata, “Aku jual rumahku kepada Fulan, sementara si Fulan tidak ada di tempat, maka ketika berita itu sampai kepada si Fulan ini, lalu dia menyatakan, “aku terima”, maka jual beli tersebut sah.” Apa yang dinyatakan dalam penjelasan al-Kasai juga apa yang dinyatakan dalam kitab al-Majmu’ jelas menyatakan, bahwa akad antara penjual dan pembeli ketika keduanya berada di dua tempat yang berbeda jelas sah begitu pernyataan qabul-nya

⁹ Ibn Majah, Sunan Ibnu Majah Jilid II, hlm. 737.

dinyatakan. Juga tidak ada syarat, bahwa pihak yang menyatakan ijab (penawaran) tersebut mengetahui ucapan pihak yang menyatakan qabul tadi.

Jadi salam adalah bagian dari jual beli, maka di dalamnya berlaku syarat dan ketentuan yang sama dengan jual beli secara umum. Namun, di dalamnya ditambahkan beberapa hukum yang khusus untuk salam. Misalnya, didahulukannya pembayaran harga di majelis akad. Ibn Hajar berkata, “Mereka sepakat, bahwa untuk salam itu disyaratkan apa saja yang disyaratkan untuk jual beli.” Ibn Qudamah berkata tentang salam, “salam adalah salah satu jenis jual beli. Salam dilakukan dengan apa saja yang digunakan untuk mengakadkan jual beli, dengan lafadz salam atau salaf. Di dalamnya diakui sejumlah syarat yang juga diakui dalam jual beli.”

Berdasarkan prinsip hukum jual beli Salam, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* atau e-business merupakan bentuk jual beli Salam. Dalam konteks ini, penjual dan pembeli bertemu dalam majelis akad, tetapi karena jarak yang jauh, barang yang ditawarkan tidak diserahkan secara langsung. Dengan kata lain, barang yang dijual melalui internet adalah *dzimmah maushufah* (tanggung) di tangan penjualnya, karena yang ditunjukkan kepada pembeli adalah gambar atau video barang tersebut. Selain itu, syarat pembayaran di muka dalam setiap transaksi *e-commerce* juga sesuai dengan syarat yang berlaku dalam jual beli Salam.

Hubungan Antara Afiliator, Penjual Dan Market Place Menurut Hukum Islam

Dalam hubungan pelaksanaan affiliate marketing ini, tentu berkaitan erat dengan adanya perjanjian atau akad. Menurut al-Sayyid Sabiq, definisi akad merujuk pada ikatan atau kesepakatan. Dalam mekanisme kerja affiliate, perantara atau makelar memiliki dua fungsi. Pertama, sebagai penghubung yang bertugas mencari atau menghubungkan pembeli dengan penjual. Kedua, sebagai penjual, dimana perantara memiliki peran dalam menentukan penjualan barang. Secara teknis, pemilik barang memberikan kepercayaan penuh kepada makelar untuk memasarkan barangnya.¹⁰

Sebelum seseorang memulai sebagai afiliator, terdapat sebuah perjanjian yang dibuat antara merchant atau market place dengan calon afiliator. Hubungan yang terbentuk antara market place dan afiliator adalah hubungan kemitraan yang timbul dari kesepakatan kerjasama antara penyedia layanan dan pemasar yang dilakukan melalui platform elektronik di web market place. Praktik ini menunjukkan bahwa affiliate bertindak sebagai perantara atau penghubung antara penjual atau pemilik barang atau jasa dengan pembeli. Dalam hal ini

¹⁰ Sapiudin Shidiq, *Fikih Kontemporer*, (Kencana, Jakarta, 2016), hlm. 266.

peran perantara sebenarnya bukanlah sebagai perbuatan yang hina dan tercela, bahkan dianggap sebagai tindakan yang mulia jika dilakukan dengan jujur dan bebas dari segala bentuk penipuan. Perbuatan tersebut dapat dikatakan sebuah perbuatan tolong-menolong dalam kebaikan dan takwa.¹¹ Sekali lagi jika dilakukan secara amanah, hal ini diperkuat oleh firman Allah SWT: ... *dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...* “ (QS. Al Maidah : 2).

Dalam konteks Hukum Ekonomi Syariah, sistem marketing affiliate ini dapat diqiyaskan dengan akad *ji'alah*. *Ji'alah* merujuk pada perjanjian imbalan dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama. Akad yang digunakan dalam program afiliasi dapat diklasifikasikan sebagai akad *ji'alah* sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ji'alah*. Akad *ju'alah* merupakan suatu perjanjian yang dilakukan oleh para pihak untuk memberikan suatu upah atau komisi tertentu atas keberhasilannya dalam melakukan suatu pekerjaan atau prestasi yang sudah ditentukan.

Affiliate marketing memiliki kesamaan dengan konsep *ji'alah* di mana afilior bertindak sebagai *amil*, sementara vendor atau pemilik barang berperan sebagai *ja'il*. Seorang affiliate marketer hanya akan menerima komisi jika terjadi penjualan melalui tautan afiliasi yang mereka miliki. Besar komisi yang diterima oleh affiliate marketer sesuai dengan persentase yang telah disepakati pada awal kerja sama dan dibayarkan sesuai dengan sistem pembayaran komisi yang telah ditetapkan oleh pihak vendor dan disetujui oleh affiliate marketer.

Akad *ji'alah* merupakan suatu kesepakatan yang didasarkan pada kehendak satu pihak, sehingga akad *ji'alah* tidak terjadi kecuali dengan adanya *shighah* dari si pemberi upah (*ja'il*). Jika seorang penerima akad (*amil*) memulai pekerjaan *ji'alah* tanpa izin dari *ja'il*, atau memberi izin kepada orang lain untuk melaksanakannya, maka orang tersebut (*amil*) tidak memiliki hak untuk menerima imbalan. Hal ini disebabkan oleh dua kondisi, di mana pada kondisi pertama orang tersebut bekerja tanpa paksaan, dan pada kondisi kedua, orang tersebut tidak melakukan tindakan apapun.

Imbalan dalam akad *ji'alah* dinyatakan dengan menggunakan empat istilah, yaitu *awards* (*al-ja'izah*), *bonus* (*almukafa'ah*), *komisi* (*al-ju'l*), dan *upah tertentu* (*al-ujrah al-muayyan*). Namun, istilah yang paling sesuai untuk imbalan dalam akad *ji'alah* adalah *al-ju'l*.

¹¹ Sapiudin Shidiq, *Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 266.

Para ulama sepakat tentang kebolehan *ji'alah* karena merupakan cara untuk menyelesaikan pekerjaan yang tidak dapat dilakukan sendiri dan tidak ada orang yang dapat membantu secara sukarela. Pekerjaan tersebut tidak dapat dilaksanakan melalui akad *ijarah* karena tidak jelas batas pekerjaan, waktu, dan sebagainya, sehingga pilihan yang sesuai adalah memberikan *ju'alah* seperti akad sewa dan bagi hasil. Sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran, Allah secara tegas mengizinkan memberikan upah kepada orang lain yang telah memberikan jasa dalam menemukan barang yang hilang.¹² Hal itu ditegaskan dalam al-Quran surat Yusuf ayat 72. "Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala Raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya". (QS. Yusuf : 72)

Pembagian Pendapatan Dan Keuntungan Antara Affiliator Dan Vendor

Memberi upah kepada perantara karena jasanya diizinkan, sebagaimana ketentuan bahwa setiap transaksi harus memenuhi semua syarat dan rukunnya. Misalnya, *ijab dan qobul* yang diwujudkan melalui ungkapan dan keinginan. Ekspresi ini dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti kata-kata, tindakan, isyarat, atau secara lisan. Meskipun penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, asalkan syarat-syarat jual beli terpenuhi, maka transaksi tersebut sah. Adapun jika barang tidak hadir, penjual harus menjelaskan secara rinci tentang sifat-sifat barang dan jumlahnya agar transaksi jual beli melalui media elektronik ini sah menurut hukum dan prinsip-prinsip etika jual beli serta tidak melanggar syariah Islam.¹³

Istilah *jialah* dalam kehidupan sehari-hari diartikan oleh fukaha yaitu memberi upah kepada orang lain yang dapat menemukan barangnya yang hilang atau mengobati orang yang sakit atau menggali sumur sampai memancarkan air atau seseorang menang dalam sebuah kompetisi. Jadi *jialah* bukan hanya terbatas pada barang yang hilang namun dapat setiap pekerjaan yang dapat menguntungkan seseorang. Jika *jialah* dibaca *jaalah*, pada zaman rasulullah *jialah* telah dipraktikkan. Dalam shahih Bukhari dan Muslim terdapat hadist yang menceritakan tentang seorang badui yang disengat kala dijumpi oleh seorang sahabat dengan upah bayaran beberapa ekor kambing.¹⁴

Berkaitan dengan komisi atau *al-ju'l* dalam praktek *affiliate* ditentukan sesuai dengan yang telah disepakati keduanya. *Pay per sale* adalah salah satu jenis *affiliate marketing* dengan sistem *merchant* akan menyisihkan sebagian keuntungan yang didapatkan untuk

¹² Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Mataram: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 142.

¹³ Rachmat Soenjoto, "E-commerce Dalam Perspektif Islam," dalam *Islamic Economics Journal*, Vol. 1, No. 2 (Desember 2015) Universitas Darussalam Gontor, hlm. 214.

¹⁴ Abdul, Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, and Sapiudin Shidiq. "Fiqh Muamalat." *Jakarta: Kencana Prenada media Group* (2010), hlm. 141.

affiliate marketer yang telah berhasil membantu menciptakan penjualan. *Affiliate* hanya akan mendapatkan pembayaran ketika orang yang direferensikan melakukan pembelian. Keuntungan yang disisihkan ini sangatlah bervariasi dari beberapa persen sampai dengan puluhan persen.

Jumhur fukaha sepakat bahwa hukum *jialah* mubah. Hal ini didasari karena *jialah* diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. *Jialah* merupakan akad yang sangat manusiawi. Karena seseorang dalam hidupnya tidak mampu untuk memenuhi semua pekerjaan dan keinginannya, kecuali jika ia memberikan upah kepada orang lain untuk membantunya.

Jika melihat sistem pemasaran afiliasi, seorang afiliasi hanya menyediakan tautan penjualan dari penjual untuk dipromosikan di berbagai media sosial. Semua informasi produk, termasuk harga dan detailnya, sudah tercantum di situs *e-commerce* milik penjual. Afiliasi tidak memiliki kemampuan untuk mengubah informasi produk tersebut. Dengan kata lain, afiliasi hanya menghubungkan calon pembeli dengan penjual melalui *e-commerce*. Dalam hal ini, perspektif Islam, kerja sama bisnis dan transaksi muamalah lainnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil atau ayat-ayat Al-Qur'an serta sumber hukum Islam lain yang melarangnya. Salah satu pedoman untuk menentukan kebolehan suatu transaksi adalah kaidah utama dalam fikih muamalah, yaitu *Al-Ashl fi al-mu'amalat al-ibahah* (hukum dasar muamalat adalah mubah), yang memberikan ruang yang luas bagi perkembangan bentuk akad dalam transaksi modern sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam yang dapat beradaptasi dan diterapkan dalam berbagai situasi.

Perlu digarisbawahi antara afiliasi dan vendor dalam konteks market place ini bahwa kedua belah pihak harus yang menegaskan antara ijab dan qabul dalam sebuah transaksi jual beli. Mengingat sering terjadi malapraktik jual beli online, rukun ini juga harus dipenuhi agar transaksi bisa dikatakan sah. Antara penjual dan pembeli harus sama-sama memberikan kesepakatan dan informasi yang sebenar-benarnya.

Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Elektronik Melalui Affiliate Marketing

Dalam praktiknya sistem *affiliate* ini diperbolehkan dan tidak melanggar hukum, selama *affiliate marketer* memenuhi segala hak-hak konsumen, di sisi lain juga memenuhi kewajibannya sebagai perantara dari pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*). Banyak website atau platform *e-commerce* yang menjembatani antara *affiliate* dan vendor dengan menyediakan layanan afiliasi agar bisa meningkatkan volume penjualan. *Affiliate* hanya dengan menyetujui perjanjian kerjasama pada web marketplace, mengikuti ketentuan yang telah dibuat oleh marketplace, mencantumkan identitas dan menyetujui sistem komisi yang telah ditentukan maka sudah dapat melakukan promosi.

Hubungan hukum antara afiliasi dengan *marketplace* e-commerce adalah hubungan hukum kemitraan, bukan merupakan perlindungan bagi pekerja yang berdasarkan perjanjian kerja, karena dalam hal ini afiliasi bukan merupakan pekerja dari e-commerce, melainkan afiliasi e-commerce merupakan mitra kerjasama dari e-commerce itu sendiri sehingga perlindungan hukum tersebut didasarkan pada perjanjian kerjasama kemitraan.

Hubungan hukum tersebut timbul dari perjanjian kerjasama yang dibuat secara baku oleh pihak e-commerce dan di setuju pihak afiliasi melalui media elektronik pada website e-commerce *affiliate* atau aplikasi e-commerce, dimana pihak e-commerce sebagai penyedia layanan dan pihak afiliasi sebagai pemasar jasa. Perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh pihak afiliasi dengan e-commerce dikatakan sah jika sudah memenuhi syarat sah perjanjian yang tercantum pada Pasal 1320 KUH Perdata, sebagai berikut : (Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata)

1. Kesepakatan para pihak

Pada program *affiliate*, pihak e-commerce menggunakan perjanjian baku. Perjanjian baku disini dapat diartikan sebagai kebebasan salah satu pihak pengusaha dalam membuat pernyataan kehendak untuk menjalankan perusahaannya.¹⁵ Sedangkan pihak afiliasi mempunyai kebebasan untuk setuju atau tidak dengan ketentuan-ketentuan yang telah dibuat oleh pihak e-commerce. Sehingga jika pihak afiliasi sudah mendaftar pada program tersebut, maka ia dapat dikatakan sepakat dengan semua ketentuan tersebut.

2. Cakap hukum

Pada program *affiliate*, para pihak yang melakukan kontrak elektronik harus mengisi form pengaturan pembayaran. Beberapa hal yang harus dilengkapi yaitu rekening bank, Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Nomor Peserta Wajib Pajak (NPWP).

3. Adanya hal tertentu

Suatu hal tertentu disini dapat dikatakan dengan objek dari suatu perjanjian yang telah disepakati. Pada program *affiliate*, objek tersebut berupa hak dan kewajiban dari para pihak yang harus dipenuhi. Suatu hal tertentu disini berupa promosi produk menggunakan link khusus pada sosial media yang dilakukan oleh pihak afiliasi, setelah berhasil mendapatkan pembeli maka pihak marketplace atau e-commerce wajib membayar komisi sesuai dengan persentase yang ditetapkan pada suatu produk tersebut.

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992). hlm.2.

4. Sebab atau kausa yang halal

Suatu sebab yang halal artinya mengacu pada isi dan tujuan perjanjian yang tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan undang-undang. Tujuan perjanjian pada program affiliate tersebut sama-sama saling menguntungkan para pihak.

Salah satu tujuan affiliate adalah memudahkan pembeli untuk mencari rekomendasi produk melalui link yang dikemas melalui konten video atau foto. Jadi jika awalnya marketplace memiliki platform tersendiri seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain sebagainya, kini pasar online tersebut sudah menjadi fitur tersendiri pada beberapa media sosial seperti Instagram, Facebook maupun Tiktok. Bahkan Shopee mempunyai fitur Shopee video untuk memudahkan para affiliate untuk membuat konten sebagai penawaran produk, begitupun Tiktok Shop yang dapat digunakan oleh seorang kreator untuk menjual dan mempromosikan produk dengan hanya membubuhkan link tautan.

Dengan promosi dan rekomendasi melalui video konten yang dibuat ini dinilai lebih efektif untuk menarik minat beli pelanggan. Tidak heran jika Afiliator marketing menjadi salah satu cara populer untuk mendapatkan penghasilan tanpa membutuhkan modal dan para seller terbantu meningkatkan penjualannya. Namun dibalik kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan marketplace, tidak sedikit dari afiliator membuat konten baik video atau foto tidak sesuai dengan produk asli pada link penjualan yang dibagikan sehingga mengakibatkan kekecewaan bagi pembeli yang membeli melalui link affiliate tersebut.

Marketplace adalah web yang terbuka artinya siapapun boleh melakukan transaksi baik menjadi konsumen ataupun menjadi seller bahkan affiliate sekalipun. Sehingga pada dasarnya transaksi pembelian online tersebut memiliki resiko lebih tinggi dari pada pembelian yang biasa dilakukan dengan bertemunya pembeli di suatu tempat, karena keadaan atau kondisi barang yang belum diketahui secara jelas oleh pembeli. Dan potensi ketidaksesuaian antara barang yang dipesan oleh pembeli atau konsumen dengan barang yang dikirim oleh penjual atau barang mengalami rusak atau barang tidak original hingga menyebabkan kerugian bagi konsumen dalam hal rugi waktu ataupun rugi biaya.

Faktor yang menyebabkan potensi penipuan pembelian online adalah banyak pembeli maupun penjual yang masih belum memahami hak dan kewajiban serta kedudukan masing-masing. Sehingga peran penjual dan pembeli dalam terjadinya suatu transaksi sangat berpengaruh. Khususnya bagi e-commerce saat terjadi kesepakatan untuk melakukan transaksi jual beli, muncul sebuah kesepakatan terkait hak serta kewajiban penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Penjual sendiri memiliki keharusan untuk menyajikan jasa atau

produknya dengan jujur dan informasi yang akurat. Di sisi lain, pembeli juga memiliki kewajiban untuk melakukan transaksi pembayaran sesuai dengan kesepakatan dan menuliskan data (misal: nama, nomor telepon dan alamat) dengan benar. (pembeli hak kewajiban harus berhati-hati)

Sebagai bentuk perlindungan pembeli, sebelum pengguna e-commerce melakukan penjualan di e-commerce, pasal 65 UU Nomor 7 Tahun 2014 disebutkan pada ayat 4 bahwa pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik wajib untuk menyediakan data tentang:

- a. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi.
- b. Persyaratan teknis barang yang ditawarkan persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan
- c. Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa
- d. Cara penyerahan barang

Dalam hal ini jika peraturan hukum tersebut dilanggar maka ada sanksi yang dapat dijatuhkan yang diatur dalam Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dimana dalam hal ini pelaku yang terbukti melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi, dapat berupa peringatan tertulis; dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan; dimasukkan dalam daftar hitam atau *blacklist* perdagangan, hingga pencabutan izin usaha.

Sehingga untuk calon konsumen online baik yang dipromosikan langsung melalui penjual atau affiliate haruslah diimbangi dengan tingkat kepekaan yang tinggi, seperti melihat review pembeli sebelumnya, melihat penilaian produk maupun seller dan lain sebagainya. Karena jika tidak, sudah banyak ditemukan kasus – kasus berupa penipuan dalam beberapa *market place* atau platform belanja online lainnya, seperti produk yang dikirim penjual mengalami rusak, cacat, tidak sesuai dengan pesanan dan bahkan produk tersebut tidak dikirim padahal calon pembeli sudah membayar sesuai dengan harga yang tertera

Meskipun ada pandangan negatif tersebut, tetapi juga ada afiliator yang profesional dan menjalankan bisnis dengan etis serta transparan, sehingga tetap bisa menjadi sumber pendapatan yang baik bagi dan rekomendasi produk bagi pembeli dan pembeli merasa puas dengan rekomendasi produk yang diberikan.

KESIMPULAN

Dalam konteks Hukum Islam, sistem marketing *affiliate* ini dapat diqiyaskan dengan akad *ji'alah*. *Ji'alah* merujuk pada perjanjian imbalan dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama. Akad *ju'alah* merupakan suatu perjanjian yang dilakukan oleh

para pihak untuk memberikan suatu upah atau komisi tertentu atas keberhasilannya dalam melakukan suatu pekerjaan atau prestasi yang sudah ditentukan. Karena affiliator bekerja hanya membubuhkan link yang dibagikan dari *e-commerce* ke sosial media, maka perlu digaribawahi antara afiliator dan vendor ini bahwa kedua belah pihak harus yang menegaskan antara ijab dan qabul dalam sebuah transaksi jual beli. Mengingat sering terjadi malapraktik jual beli online, rukun ini juga harus dipenuhi agar transaksi bisa dikatakan sah. Sehingga dalam bentuk perlindungan afiliator dan konsumen, peran penjual dan pembeli dalam terjadinya suatu transaksi sangat berpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, and Sapiudin Shidiq. "Fiqh Muamalat." *Jakarta: Kencana Prenada media Group* (2010).
- Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992). hlm.2.
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010).
- Ibn Majah, *Sunan Ibnu Majah Jilid II*.
- Jefferly Helianthusonfri, *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Affiliate Marketing* (Gramedia, Jakarta, 2014).
- Juliana, dkk., *Marketing Strategi In Digital Era*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Manajemen, 2020).
- Mohd Ma'sum Billah, *Applied Islmaic E-Commerce: Law and Practice* (Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2008).
- Rachmat Soenjoto, "E-commerce Dalam Perspektif Islam," dalam *Islamic Economics Journal*, Vol. 1, No. 2 (Desember 2015) Universitas Darussalam Gontor.
- Sapiudin Shidiq, *Fikih Kontemporer*, (Kencana, Jakarta, 2016).
- Suwandi Chow, *Kaya dari Affiliate Marketing dan Forex* (Kompas Gramedia, Jakarta, 2010).
- Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2010.

Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik