Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak (EKSAP)
Volume. 1 No. 1 Januari 2024
e-ISSN: 3046-8124; dan p-ISSN: 3046-8817, Hal. 48-64
DOI: https://doi.org/10.61132/eksap.v1i3.232
Avaliable online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/EKSAP

Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-Commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Nur Fitriyani
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Email: 5554210042@untirta.ac.id

Moh. Mukhsin
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Email: moh.mukhsin@untirta.ac.id

Koresponden Email: 5554210042@untirta.ac.id

Abstract. *Major changes across various sectors, particularly in technology, are driven by the era of the fourth industrial revolution and globalization. The adoption of digital technology in business economic activities has become crucial in this digital era. In Indonesia, the use of digital technology in business has proven its vital role in the local and global economy, as reflected in the increasing number of startups. The shifting consumer behavior, increasingly dependent on the internet, creates new opportunities, such as the rising popularity of Affiliate Marketing. Affiliate marketing, especially on e-commerce platforms like Shopee, provides additional income to content creators and the general public by promoting products. This research focuses on analyzing the application of principles of Islamic economic law in the practice of Affiliate Marketing on Shopee. Through the implementation of Islamic principles, a harmonious cooperation between economic and moral aspects in modern business can be created.*

Keywords: *Digital, Affiliate, Marketing, Law, Sharia.*

Abstrak. *Perubahan besar dalam berbagai sektor, terutama teknologi, dipicu oleh era revolusi industri 4.0 dan globalisasi. Penerapan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi bisnis menjadi penting di era digital ini. Di Indonesia, penggunaan teknologi digital dalam bisnis telah membuktikan perannya yang vital dalam perekonomian lokal dan global, tercermin dari meningkatnya jumlah startup. Pergeseran perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet menciptakan peluang baru, seperti meningkatnya popularitas Affiliate Marketing. Affiliate marketing, khususnya di platform e-commerce seperti Shopee, memberikan penghasilan tambahan kepada para pembuat konten dan masyarakat umum dengan mempromosikan produk-produk. Penelitian ini berfokus pada analisis penerapan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam praktik Affiliate Marketing pada Shopee. Melalui implementasi prinsip-prinsip Islam, bisa diciptakan kerjasama yang harmonis antara aspek ekonomi dan moral dalam bisnis modern.*

Kata Kunci: Digital, Affiliate, Pemasaran, Hukum, Syariah.

PENDAHULUAN

Transformasi signifikan di berbagai sektor, seperti teknologi, didorong oleh era revolusi industri 4.0 dan globalisasi. Perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada banyak aspek kehidupan, termasuk meningkatkan efisiensi tenaga, biaya, dan waktu dalam pekerjaan manusia. (Sunjaya & Priyanto, 2020).

Penggunaan teknologi dalam berbagai aspek kegiatan ekonomi dan bisnis telah menjadi esensial di era digital. Dengan dukungan teknologi, baik dalam produksi, distribusi, maupun pemasaran, proses bisnis bisa dijalankan dengan lebih efisien. Contohnya, pemasaran produk menjadi lebih efektif melalui internet, memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas. Ini menegaskan pentingnya peran teknologi digital dalam meningkatkan aktivitas bisnis

Received: Mei 30, 2024; Accepted: Juni 20, 2024; Published: Juli 30, 2024

dan organisasi.(Kumar et al., 2020)

Penerapan teknologi digital dalam bisnis di Indonesia terbukti penting bagi perekonomian lokal dan global. Hal ini terbukti dari semakin banyaknya perusahaan rintisan (startup) di Indonesia. Menurut World Startup Ranking, Indonesia berada di peringkat kelima pada tahun 2022, dengan 2.341 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan Indonesia dapat beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi, yang menguntungkan pertumbuhan ekonomi dan inovasi negara.

Menurut survei dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), sebagian besar pengguna internet di Indonesia menghabiskan lebih dari 8 jam sehari untuk online. Selama pandemi, ada perubahan dalam perilaku pengguna internet, termasuk peningkatan konsumsi konten media online yang lebih mudah diakses. Ini menunjukkan bahwa teknologi internet semakin cepat meresap ke dalam masyarakat Indonesia. Peran internet juga semakin meluas, mencakup tidak hanya bidang sosial, tetapi juga aspek ekonomi dan politik. (Pinky, 2022)

Ini menandakan bahwa masyarakat semakin bergantung pada internet untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan belanja. Hal ini juga mencerminkan betapa cepatnya teknologi internet menyatu dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Perubahan perilaku konsumen ini juga membuka peluang baru bagi pelaku bisnis. Bisnis yang sebelumnya bergantung pada pemasaran offline kini mulai beralih ke pemasaran online untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih terhubung secara digital.

Salah satu contoh nyata dari pergeseran ini adalah meningkatnya popularitas *Affiliate Marketing*, di mana pemilik produk bekerja sama dengan afiliasi online untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang terhubung secara digital.

Pemasaran afiliasi adalah praktik mempromosikan barang milik orang lain. Jika mereka berhasil menjual barang tersebut, mereka akan mendapatkan komisi dari pemilik produk. Dengan kata lain, pemilik produk membutuhkan bantuan dari pihak ketiga untuk menjual produk mereka, dan sebagai gantinya, mereka membayar komisi kepada pemasar afiliasi. (Pinky, 2022)

Para pelaku *affiliate marketing* harus mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian atau mengambil keputusan membeli produk yang mereka promosikan. Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengevaluasi dan memilih di antara beberapa alternatif berdasarkan kepentingan tertentu, dengan memilih opsi yang dianggap paling menguntungkan.

Bagi pemasar dan pemilik produk, ini tentu merupakan sebuah keuntungan. Pemilik produk mendapatkan bantuan dari pemasar untuk menjual produk mereka, sementara pemasar memperoleh komisi dari setiap penjualan yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi mereka.

Perkembangan pemasaran afiliasi dimulai saat perusahaan menyadari potensi untuk melakukan pemasaran yang lebih efisien dengan membentuk kemitraan dengan perusahaan lain, baik dalam lingkup bisnis konvensional maupun digital. Ini mendorong perusahaan untuk menggunakan hubungan afiliasi sebagai strategi pemasaran yang efektif dan simpel, baik untuk perusahaan sendiri maupun mitra bisnis mereka, dalam mempromosikan produk atau layanan mereka.

Saat ini, platform *E-commerce* sering menggunakan strategi pemasaran afiliasi. *E-commerce* mengacu pada proses jual-beli produk atau layanan secara elektronik, yang melibatkan transaksi antara konsumen dan perusahaan, atau bahkan antara konsumen sendiri, dengan menggunakan perangkat digital. (Maulana et al., 2015)

Pada tahun 2023, Shopee menjadi salah satu platform e-commerce yang paling diminati di Indonesia. Berdasarkan penelitian, situs web Shopee menduduki peringkat teratas dengan total kunjungan mencapai 2,5 miliar pengunjung (Data Book, 2023). Shopee memulai operasinya di Indonesia pada bulan Desember 2015. Forrest Li memiliki SEA Group, yang mengelola platform tersebut. Program afiliasi Shopee dirancang untuk memberikan uang tunai tambahan kepada penyedia konten dan masyarakat umum dengan mengiklankan barang-barang Shopee di akun media sosial pribadi mereka. Anggota afiliasi Shopee memiliki kemampuan untuk mengembangkan cara-cara inovatif dalam menjual barang, tetapi mereka tetap harus mematuhi syarat dan ketentuan Shopee. (Rahman, 2022)

Pelaksanaan program Shopee Affiliate ini melibatkan adanya perjanjian kerjasama antara Shopee dan anggota afiliasi Shopee. Hubungan antara Shopee dan anggota afiliasi Shopee merupakan hubungan antara penyedia layanan dan pemasar dalam kemitraan kerjasama. Dalam perspektif Ekonomi Islam, jenis perjanjian seperti ini dikenal sebagai akad.. Menurut al-Sayyid Sabiq, seperti yang diuraikan dalam (Rahman, 2022), definisi akad adalah ikatan atau kesepakatan.

Dalam Islam, kolaborasi ekonomi dan transaksi muamalah lainnya pada umumnya dapat diterima, kecuali ada dalil atau ayat Al-Qur'an atau sumber hukum Islam lainnya yang secara tegas melarangnya. Premis yang sama berlaku untuk pemasaran digital: jika dilakukan sesuai dengan norma Islam, aktivitas tersebut dianggap halal.

Program Pemasaran Afiliasi berada di bawah topik kolaborasi bisnis. Transaksi ini dianggap sesuai dengan ajaran Islam jika dilakukan dengan menggunakan cita-cita Islam. Struktur komisi yang digunakan dalam jaringan afiliasi Islam serupa dengan gagasan ujrah, yang diuraikan dalam Kontrak Ijarah. Menurut para pemikir terkenal seperti Sayyid Sabiq, al-Ujrah adalah semacam hadiah. Al-Ujrah atau al-Ijarah mengacu pada kontrak atau transaksi di mana remunerasi ditawarkan sebagai hadiah atas penggunaan atau layanan yang diberikan. (Rahman, 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian semacam ini, yang dikenal sebagai penelitian hukum normatif, menyelidiki atau mempelajari peraturan tertulis. Penelitian hukum normatif kadang-kadang disebut sebagai penelitian dokumen atau penelitian hukum doktrinal. Menurut Soetandyo Wignyosoebroto, penelitian hukum doktrinal mencari bukti kebenaran dalam prinsip-prinsip hukum yang ditemukan dalam hukum positif atau teks-teks agama untuk menentukan tanggapan yang benar. (Wignjosoebroto, 2017). Penelitian ini berfokus pada penerapan prinsip atau norma dari perspektif hukum ekonomi Islam, khususnya mengkaji praktik pemasaran afiliasi pada platform e-commerce Shopee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran adalah strategi manajemen bisnis yang menyeluruh, meliputi pengorganisasian, penetapan harga, pendistribusian produk, dan promosi barang dan jasa untuk memuaskan pelanggan. (Pinky, 2022). Dari sudut pandang Islam, pemasaran adalah usaha untuk mengiklankan barang dengan penekanan pada penciptaan nilai. Hal ini didasarkan pada nilai-nilai muamalah, yaitu integritas, keadilan, transparansi, dan ketulusan dalam transaksi bisnis Islam. Dari sudut pandang Islam, integritas dan keandalan harus menjadi prioritas utama dalam setiap strategi pemasaran. Gagasan ini berfungsi sebagai landasan perusahaan yang mematuhi hukum Islam. Karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang mendorong pengembangan perusahaan, pemasaran perlu diperiksa secara menyeluruh untuk memastikan bahwa semua komponennya mematuhi hukum dan nilai-nilai syariah yang relevan.

Prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi Islam meliputi prinsip keadilan, prinsip *al-ihsan* (berbuat baik), prinsip *al-mas'uliyah* (pertanggungjawaban), prinsip *al-kifayah* (kecukupan), prinsip *al-wasathiyah* (keseimbangan), dan prinsip kejujuran. (Shomad, 2017)

Islam memandang bisnis sebagai cara untuk menerapkan inti keyakinan dan prinsip-prinsip Islam selain sebagai usaha ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Pelaku bisnis Muslim perlu mempertimbangkan konsep-konsep bisnis syariah tentang tauhid (keesaan Allah), kenabian (mematuhi ajaran Nabi Muhammad), keadilan, kebebasan, kesetaraan, saling membantu, dan kerja sama. (Sule & Hasanudin, 2016)

Pemasaran digital adalah pendekatan pemasaran berbasis internet yang berfokus pada platform digital. Untuk menjangkau konsumen sasaran, pemasaran digital memanfaatkan berbagai teknik, termasuk email, basis data, media sosial, situs web, perangkat seluler atau jaringan nirkabel, dan televisi digital. Bisnis dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen, nilai produk, dan loyalitas pelanggan atau konsumen dengan memanfaatkan pemasaran digital. (Kuniawarti, 2022). Adapun jenis-jenis digital marketing adalah sebagai berikut.

1. ***Website***

   Situs web adalah kompilasi data dari seseorang, kelompok, atau organisasi yang terdiri dari halaman-halaman web yang saling terhubung. Situs web yang dirancang dengan baik akan berfungsi untuk memenuhi tuntutan penggunanya dan memiliki gaya visual yang menarik. (Rochmawati, 2019)

2. ***Sosial media marketing*** **atau pemasaran media sosial**

   Pemasaran media sosial adalah jenis periklanan yang menggunakan media sosial untuk secara langsung atau tidak langsung meningkatkan pengetahuan, ingatan, dan tindakan bagi suatu perusahaan, produk, merek, orang, atau organisasi. Untuk mencapai tujuan ini, metode ini memanfaatkan platform berbasis web sosial termasuk jejaring sosial, blog, dan mikroblog. Platform media sosial sangat penting untuk membina jejaring sosial dan meningkatkan aktivitas komersial. Media sosial memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan berbagi ide serta pengalaman. Media sosial digunakan dalam dunia bisnis untuk mengiklankan barang dan jasa. (Rahman, 2022)

3. ***Search Engine*** **atau mesin pencarian**

   Daftar indeks berdasarkan kata kunci dapat ditampilkan sebagai respons terhadap permintaan pengguna. Mesin pencari adalah jenis situs web khusus yang dibuat untuk mengindeks dan menampilkan daftar situs web yang tersedia di internet dalam basis data. Ada dua jenis mesin pencari yaitu SEM (pemasaran mesin pencari) dan SEO (pengoptimalan mesin pencari). Dengan memanfaatkan algoritme dan metode mesin pencari, pengoptimalan mesin pencari, atau SEO, adalah proses

metodis yang berupaya meningkatkan volume dan kualitas lalu lintas ke situs web melalui mesin pencari. Sebaliknya, Pemasaran Mesin Pencari (SEM) menggunakan pengoptimalan dan iklan di mesin pencari untuk meningkatkan lalu lintas; layanan ini biasanya disertai dengan harga atau manfaat.

4. ***Email Marketing***

   Mengirim email promosi, penawaran produk, diskon, penawaran keanggotaan, dan penawaran lainnya kepada individu menggunakan email sebagai saluran utama dikenal sebagai pemasaran email.

5. ***E-Commerce***

   E-commerce adalah aktivitas komersial yang bertujuan untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan ulang hubungan antara penjual dan konsumen dengan menggunakan informasi digital dan teknologi komunikasi untuk melakukan transaksi. (Rahman, 2022)

Pemasaran afiliasi adalah praktik mendukung barang milik orang lain. Pemilik barang atau item akan membayar mereka komisi jika mereka berhasil menjualnya melalui upaya promosi mereka. (Helianthusonfri, 2014)

Seorang yang terlibat dalam *affiliate marketing* perlu memiliki keterampilan dasar dalam kemampuan menjual dan menulis, yang dikenal sebagai *selling skill* dan *copywriting*. Kelebihan dari *affiliate marketing* adalah bahwa siapa pun dapat melakukannya tanpa perlu membuat produk sendiri, sehingga menjadikannya pilihan bisnis yang diminati oleh banyak orang. Kelebihan ini memberikan kesempatan kepada pelaku *affiliate marketing* untuk mendapatkan penghasilan pasif dan besar. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk membangun keterampilan dasar yang kuat agar dapat merancang strategi promosi yang efektif di media sosial mereka.

Taktik promosi media sosial saat ini menjadi fokus utama pemasaran bisnis. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap barang yang dipasarkan. Pelanggan akan merasa puas setelah melakukan pembelian berkat kepercayaan ini, dan mereka akan merekomendasikan barang tersebut kepada orang lain. Pengalaman yang memuaskan ini, didukung dengan bukti dan dukungan mengenai keunggulan dan kualitas barang, akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Afiliator harus mematuhi etika bisnis yang sesuai dengan hukum Islam, termasuk nilai-nilai akuntabilitas, kejujuran, dan transparansi, dari sudut pandang ekonomi Islam. Prinsip kejujuran ini konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang mengutamakan keadilan dan mencegah penipuan komersial. Dengan menggunakan perantara, sistem pemasaran afiliasi

diintegrasikan ke dalam pengaturan jual beli. Dari sudut pandang Islam, transaksi ini memenuhi syarat sebagai bentuk imbalan yang dapat diterima. Komisi atas penjualan produk orang lain adalah cara afiliasi menghasilkan uang. Menurut Syilvania (2018), Ada tiga elemen yang saling terkait dalam bisnis pemasaran afiliasi, yaitu:

1. ***Merchant*** **(Pedagang)**

   Baik itu komoditas atau jasa, perusahaan, pemilik bisnis, atau organisasi memiliki produk untuk dijual. Namun, mereka tidak berpartisipasi secara langsung dalam inisiatif pemasaran afiliasi. Yang harus dilakukan perusahaan adalah mengambil pendapatan yang diperoleh pemasar afiliasi dan membayar mereka komisi atas pekerjaan yang mereka lakukan.

2. ***Affiliate*** **(Perantara)**

   Tautan afiliasi dan kode rujukan digunakan oleh orang atau bisnis untuk mempromosikan barang dan jasa dengan tujuan utama menghasilkan komisi. Kode rujukan ini menawarkan diskon, pengiriman gratis, barang gratis, dan manfaat lainnya kepada pelanggan sebagai imbalan atas pembelian atau tindakan khusus lainnya yang dilakukan oleh pelanggan menggunakan tautan atau kode tersebut..

3. ***Customer*** **(Konsumen)**

   Dalam pemasaran afiliasi, pihak utama yang menjadi fokus utama adalah konsumen. Konsumen adalah mereka yang membeli barang atau jasa sebagai hasil dari promosi atau informasi yang ditawarkan oleh afiliasi.

Menurut Syilvania (2018), skema untuk pengupahan pada model *affiliate marketing* antara lain adalah:

1. ***Pay per Sale***

   Afiliator yang berhasil melakukan transaksi pada produk atau layanan yang mereka promosikan akan menerima komisi. Ini dikenal sebagai pendekatan *pay per sale*. Bergantung pada kebijakan atau keinginan afiliasi, jumlah komisi ini biasanya ditentukan oleh kuantitas produk yang dijual kepada pelanggan..

2. ***Pay per Lead***

   Formulir yang diisi melalui metode komisi ini dibayar menggunakan skema komisi. Artinya, peserta akan dibayar jika pengunjung melengkapi formulir setelah mengeklik salah satu tautan afiliasi mereka. Perusahaan asuransi dan lembaga keuangan lainnya, termasuk pegadaian, biasanya menggunakan teknik ini.

3. ***Pay per Action***

   Pemasar afiliasi yang berhasil membujuk pelanggan untuk mengunduh, memasang, atau memanfaatkan barang atau jasa yang disediakan akan dibayar komisi berdasarkan opsi pembayaran ini.

4. ***Pay per Click***

   Pemasar afiliasi dapat menerima komisi ketika pelanggan mengklik tautan ke barang atau layanan yang mereka rekomendasikan berkat opsi pembayaran ini.

5. ***Hybrid Program***

   Dengan opsi pembayaran ini, yang menggabungkan *pay per click* dan *pay per sale*, pemasar afiliasi menerima komisi untuk setiap klik yang dilakukan pengunjung pada tautan dan komisi tambahan untuk setiap penjualan yang dilakukan pengunjung atas barang atau jasa yang diiklankan..

Menggunakan peran para pemasarn afiliasi untuk mempromosikan barang atau jasa pedagang dikenal sebagai pemasaran afiliasi. Afiliasi akan mendapatkan komisi atau kompensasi jika mereka berhasil membuat pelanggan menyelesaikan transaksi. Ide ini sebanding dengan konsep Islam tentang ujrah, yang merupakan imbalan atas kerja keras yang dilakukan. Sementara ujrah adalah hak yang harus diperoleh karyawan, itu adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemberi kerja. Al-ujrah, atau upah, karenanya merupakan imbalan atas pekerjaan dan upaya yang telah dilakukan oleh individu atau organisasi. Dalam banyak kasus, istilah "ujrah" mengacu pada gaji, dan kontrak ujrah mencakup janji yang dibuat oleh dua pihak. Jialah, istilah lain untuk ujrah yang memiliki arti yang sama yaitu upah juga sering digunakan. Komitmen yang dibuat oleh satu pihak kepada pihak lainnya disebut sebagai kontrak pernikahan. (Nurani, 2018)

Kita dapat menyimpulkan bahwa sudut pandang jialah dan ujrah adalah sama. Jialah adalah nama kontrak, sedangkan ujrah adalah istilah untuk upah. Al-Qur'an dan Hadits memberikan landasan hukum dalam situasi ini yang memperbolehkan kontrak jialah.

1. **Surah At-Talaq (65) ayat: 6**

   اَسْكِنُوْهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِّنْ وُّجْدِكُمْ وَلَا تُضَاۤرُّوْهُنَّ لِتُضَيِّقُوْا عَلَيْهِنَّۗ وَاِنْ كُنَّ اُولٰتِ حَمْلٍ فَاَنْفِقُوْا عَلَيْهِنَّ حَتّٰى يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّۚ فَاِنْ اَرْضَعْنَ لَكُمْ فَاٰتُوْهُنَّ اُجُوْرَهُنَّۚ وَأْتَمِرُوْا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوْفٍۚ وَاِنْ تَعَاسَرْتُمْ فَسَتُرْضِعُ لَهٗٓ اُخْرٰىۗ

   Artinya:

   Jika menurutmu tepat, tempatkanlah mereka (para istrimu) di rumahmu; janganlah kau buat mereka dalam kesulitan yang dapat membuat mereka merasa terkekang. Jika istri-istri yang diceraikan itu hamil, engkau harus mendukung mereka sampai mereka melahirkan, dan jika mereka menyusui anak-anakmu, engkau harus

memberi mereka pahala. Kalian juga harus bermusyawarah dengan sopan tentang segala hal, dan jika engkau merasa kesulitan, wanita lain boleh menyusui anak itu atas namamu.

2. **Surah Al-Qashash (28) ayat: 26**

قَالَتْ اِحْدٰىهُمَا يٰٓاَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖاِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْاَمِيْنُ

Artinya:

Dan salah seorang dari kedua wanita itu berseru, "Wahai ayah, jadikanlah dia orang yang bekerja (untuk kita), karena orang yang kuat dan dapat diandalkan adalah calon yang paling tepat untuk menjadi pekerja (untuk kita)."

3. **Hadist**

Berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dari Abu Hurairah, Nabi Muhammad SAW memberitahukan bahwa ada tiga golongan manusia, termasuk orang-orang yang tidak membayar upah, yang akan dimusuhi oleh beliau pada hari kiamat.

Untuk menjalankan akad jialah, diperlukan pemahaman syariat yang sesuai dengan perspektif Islam terkait dengan rukun dan syarat ujrah atau upah, yang mencakup:

a. **Rukun Ujrah:**

Menurut mayoritas ulama, terdapat empat rukun ujrah yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Adanya dua pihak yang melakukan akad.
2. Adanya penyampaian ijab dan qabul (kata-kata kesepakatan).
3. Kesepakatan kedua belah pihak mengenai sewa atau imbalan.
4. Harus adanya manfaat atau keuntungan yang diperoleh.

b. **Syarat-Syarat Ujrah:**

Agar upah atau imbalan yang diberikan dianggap sah menurut Islam, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi menurut para ulama, antara lain:

1. Ujrah atau imbalan tersebut harus berupa harta yang diakui keberadaannya dalam pandangan syariah.
2. Barang atau jasa yang diimbalakan harus memiliki nilai yang dapat diukur dengan uang sesuai dengan adat dan norma yang berlaku di daerah tersebut.

Sementara dalam akad jialah juga terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sebagai berikut:

a. Rukun Akad Jialah: Dalam akad jialah, terdapat empat rukun yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Terdapat dua pihak yang melakukan akad.
2. Adanya lafal atau kata-kata kesepakatan, termasuk meminta izin kepada pemberi pekerjaan tanpa menentukan waktu. Jika tidak ada izin, orang yang melakukannya tidak berhak atas imbalan.
3. Pekerjaan yang akan dilakukan.
4. Pembahasan mengenai upah atau imbalan yang akan diterima.

b. Syarat-Syarat Jialah: Adapun syarat-syarat dalam akad jialah, meliputi:

1. Pekerjaan yang diminta untuk dilakukan harus memiliki status hukum mubah atau diperbolehkan dalam Islam.
2. Upah atau imbalan harus berupa harta yang dapat diukur jenis dan ukurannya agar sesuai dengan tujuan transaksi jialah.
3. Upah harus berasal dari sumber yang halal, dapat diberikan, dan dimiliki oleh penerima upah.
4. Pekerja harus mampu menyelesaikan pekerjaan yang sudah diberikan oleh pemberi tugas atau yang mempunyai pekerjaan tersebut. (Ghazali et al, 2018)

Mekanisme *Affiliate Marketing* Pada Shopee

Berdasarkan pengamatan peneliti, mekanisme Affiliate Marketing pada program Shopee Affiliate memiliki dua model, yakni:

1. Pertama, link afiliasi produk adalah tautan berupa alamat situs web produk yang disediakan oleh Shopee kepada anggota afiliasi yang telah terdaftar secara resmi.
2. Kedua, Kode referral adalah serangkaian angka atau kata yang dimasukkan oleh anggota afiliasi pada halaman pendaftaran. Anggota afiliasi dapat memberikan kode referral tersebut kepada calon pelanggan atau calon anggota saat mereka mendaftar.

Untuk mendaftar sebagai anggota Program Afiliasi Shopee, langkahnya adalah mendaftar di Platform Afiliasi Shopee dengan mengisi formulir pendaftaran yang mencakup informasi pribadi seperti nama, alamat, alamat email, nomor telepon, serta memilih jenis akun, baik itu Perusahaan maupun Individu.

Setelah pendaftar mengisi formulir pendaftaran, mereka menunggu email konfirmasi dari tim Shopee mengenai status pendaftaran mereka di Program Afiliasi. Setelah resmi bergabung, anggota diberi izin untuk memasarkan produk di Shopee. Selanjutnya, langkah berikutnya adalah memilih produk dari toko Star, Star+, atau Shopee Mall yang akan dipromosikan di platform media sosial.

Kerjasama Dalam Pemasaran Afiliasi Pada Program Afiliasi Shopee

Mempromosikan barang milik pedagang atau pengecer secara *online* yang telah terdaftar sebagai pedagang Shopee Marketplace merupakan tanggung jawab peserta afiliasi atau pemasar produk. Toko tersebut harus terdaftar dan masuk dalam kategori Mall atau Star Seller. Menggunakan opsi produk "share" atau "copy link" setelah mengunjungi toko daring atau pedagang di platform Shopee merupakan cara untuk memperoleh link afiliasi produk. Link universal tersebut kemudian diubah agar dapat digunakan sebagai link afiliasi di halaman Program Afiliasi Shopee. Kemudian, pemasar dapat memasang link afiliasi ini di postingan Facebook, status update WhatsApp, caption TikTok, bio Instagram, deskripsi YouTube, story Instagram dengan swipe up, dan platform media sosial lainnya.

Calon pelanggan atau pembeli akan secara otomatis diarahkan ke situs web produk pedagang atau toko daring Shopee saat mereka mengeklik tautan afiliasi. Setelah mengakses halaman produk, pelanggan dapat melihat semua detail tentang barang tersebut, seperti harga dan kualitasnya, yang didasarkan pada data yang diberikan oleh pedagang atau pengecer daring. Distributor yang ditunjuk pembeli akan mengirimkan produk tersebut jika mereka memilih untuk membelinya melalui tautan afiliasi yang telah disebarkan oleh pemasar atau afiliasi. Pemasar akan diberi kompensasi atas penjualan yang berhasil melalui Platform Shopee dengan komisi atau biaya untuk setiap produk yang terjual, berdasarkan proporsi yang telah disepakati dengan pedagang atau toko daring. Program Afiliasi Shopee memberikan beberapa keuntungan kepada pemasar dan Merchant atau toko online:

1. Pemasar dapat memilih barang yang ingin mereka promosikan melalui konten.
2. Kemampuan untuk berkreasi di beberapa platform media sosial.
3. Cukup bagikan tautan afiliasi untuk mulai memperoleh komisi.
4. Komisi sebesar 2,5% dari harga produk untuk pengguna Shopee yang sudah ada dan 10% untuk pengguna Shopee baru melalui tautan afiliasi.
5. Pembayaran transparan berdasarkan kinerja, tergantung pada jumlah pembelian yang dilakukan melalui koneksi afiliasi.

Meskipun memiliki banyak manfaat, mengikuti program afiliasi mungkin memiliki beberapa kekurangan. Setiap perusahaan menghadapi kendala yang unik, dan segala sesuatunya mungkin tidak selalu berjalan sesuai rencana. Untuk mencegah penipuan dan ketidakadilan, Shopee telah menetapkan peraturan untuk kerja sama ini, yang disebutkan dalam Syarat dan Ketentuan (S&K) program afiliasi.

Sistem Upah *Affiliate Marketing* pada *Marketplace* Shopee

Pemasar dalam program afiliasi Shopee memperoleh keuntungan dari penjualan dan promosi. Shopee membayar pemasar komisi berdasarkan persentase harga setiap produk yang dijual melalui tautan afiliasi mereka. Sistem komisi yang digunakan adalah pay per sale, di mana pemasar menerima:

1. 2,5% dari harga produk untuk pengguna lama Shopee.
2. 10% dari harga produk untuk pengguna baru Shopee.

Shopee membayar komisi setiap minggu, baik di minggu pertama maupun ketiga setiap bulannya. Setiap akun afiliasi memiliki informasi mengenai saldo komisi mereka. Komisi dapat dicairkan melalui Shopee Pay jika jumlahnya kurang dari Rp1.000.000, atau melalui transfer ke rekening bank pemasar/afiliasi jika jumlahnya lebih dari Rp1.000.000.

Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terkait Program Affiliate Pada Platfrom Shopee

Kerjasama bisnis afiliasi di jaringan Shopee sesuai ajaran Islam. Metode afiliasi yang digunakan sebanding dengan dua konsep muamalah dalam Islam: wakalah bil ujrah dan akad samsarah.

Wakalah Bil Ujrah

Wakalah merupakan frasa etimologi yang merujuk pada pendelegasian atau pemberian wewenang untuk melaksanakan suatu kegiatan tertentu. Dalam konteks ini, wakalah juga dapat berarti penugasan atau pendelegasian tugas kepada orang lain. Ujrah, dalam konteks pelaksanaan wakalah, merujuk pada kompensasi atau biaya yang dibayarkan oleh pihak yang memberikan wewenang kepada wakil yang menyelesaikan tugas.

Konsep wakalah dan ujrah menggambarkan proses penyerahan atau pendelegasian suatu pekerjaan kepada orang lain, baik secara sukarela maupun dengan bayaran. Dengan demikian, akad Wakalah Bil Ujrah dapat diartikan sebagai kesepakatan antara pemberi kuasa, yang memberikan kuasanya kepada wakil, dan wakil, yang kemudian mewakilinya untuk melaksanakan suatu tugas dengan imbalan berupa ujrah. Berikut adalah dasar hukum akad wakalah bil ujrah.

1. Surah Yusuf (12) Ayat 55:

   قَالَ اجْعَلْنِيْ عَلٰى خَزَاۤىِٕنِ الْاَرْضِۚ اِنِّيْ حَفِيْظٌ عَلِيْمٌ

   Artinya:

   Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); karena sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, dan berpengetahuan.”

2. Surah Al-Maidah (5) Ayat 1:

   يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيْمَةُ الْاَنْعَامِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّى الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرُمٌۗ اِنَّ اللّٰهَ

يَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.

Dalam Islam, pemenuhan rukun dan syarat perjanjian merupakan satu-satunya prasyarat hukum untuk melakukan akad muamalah. Pedoman ini mengacu pada Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Akad Wakalah. Berdasarkan akad Wakalah Bil Ujroh, transaksi Program Afiliasi Shopee melibatkan subjek hukum berikut:

1. Pemberi Kuasa (Muwakkil): Pedagang atau pemilik toko daring yang memberikan kuasa dalam jaringan afiliasi Shopee.
2. Perwakilan: Pemasar, yang juga dikenal sebagai afiliasi, bertindak sebagai perwakilan kolaborasi.
3. Objek Perwakilan (Muwakkal fih): Objek perwakilan ini meliputi tanggung jawab pemasar untuk menjual produk yang tersedia di pengecer daring pada platform Shopee.
4. Fee/Ujrah: Kompensasi yang diperoleh perwakilan dalam transaksi ini adalah komisi yang timbul dari penjualan produk.

Syarat dan ketentuan akad juga menentukan keabsahannya. Persyaratan akad wakalah bil ujroh dalam transaksi Program Afiliasi Shopee adalah sebagai berikut:

1. Orang yang berakad (Aqidain):
    a. *Affiliate Marketer* atau *Product Marketer* (Perwakilan) dan Merchant atau Product Owner di Toko Online (Muwakkil) harus memiliki pemahaman hukum yang kuat.
    b. *Merchant* atau *Product Owner* di Toko Online (Muwakkil) harus memiliki kewenangan untuk memberikan kuasa kepada pihak lain.
    c. *Merchant* atau *Product Owner* di Toko Online (Muwakkil) harus mampu memberikan imbalan atau telah sepakat untuk bermitra dengan Shopee sebagai *Affiliate Network.*
    d. *Affiliate Marketer* atau *Product Marketer* (Perwakilan) harus mampu menjalankan tugasnya dengan baik..
2. Objek Perikatan (Muwakkal Fih):
    a. Tujuan perjanjian hanya boleh berupa kegiatan atau tindakan hukum yang dapat didelegasikan.
    b. Tujuan pemberian kuasa harus berupa pekerjaan atau perilaku tertentu yang

diketahui oleh *Affiliate Marketer/Product Marketer* (Perwakilan)..

3. Ujrah atau fee:
   a. Ujrah dapat berupa uang atau barang yang diperbolehkan menurut syariat.
   b. Kuantitas dan kualitas ujrah harus ditetapkan secara pasti.
   c. Ujrah dapat dibayarkan secara tunai, dicicil, atau bertahap, tergantung pada syariat dan aturan yang berlaku..

Akad Samsarah

Samsarah adalah frasa bahasa Persia yang kemudian diadopsi oleh orang Arab. Frasa ini merujuk pada profesi yang berfungsi sebagai penghubung antara dua pihak atau kepentingan dalam suatu transaksi. Perantara ini diberi kompensasi dalam bentuk gaji (ujrah) atau bonus komisi (ji'alah) karena memfasilitasi transaksi tersebut.

Dalam bahasa Arab, **سمسر** adalah jamak dari **سمسرة** yang merujuk pada peran perantara antara penjual dan pembeli dalam proses jual beli, atau pedagang perantara yang bertindak sebagai perantara bagi keduanya. Sebelum era Islam, pedagang yang bertindak sebagai mediator dikenal sebagai al-simsarah, tetapi Nabi Muhammad menyebut mereka sebagai al-tujjar. Perbedaan antara samsarah (pedagang perantara) biasanya terlihat antara masyarakat perkotaan dan mereka yang tinggal di daerah gurun, dan ini tercermin dalam berbagai transaksi ekonomi.

Dalam terminologi perdagangan, samsarah merujuk pada peran perantara yang bertugas menjual barang atau mencari pembeli, serta memperlancar proses jual beli antara penjual dan pembeli. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, makelar adalah seseorang yang bertindak sebagai perantara dan memberikan jasanya dengan imbalan tertentu.

Samsarah merupakan profesi yang pelakunya bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Simsar adalah orang yang melakukan samsarah, yaitu sebagai mediator antara penjual dan pembeli. Samsarah merupakan salah satu pelaku dalam transaksi jual beli. Berikut ini adalah dasar hukum Perjanjian Samsarah.:

1. Surah An-Nisa (4) Ayat 29:

   يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗوَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗاِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

   Artinya:

   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.

2. Hadist Nabi:

   Ibnu Sirin, Atha, Ibrahim, dan Al-Hasan sepakat bahwa keuntungan samsarah itu boleh. Ibnu Abbas juga menyatakan bahwa boleh saja seseorang menyarankan kepada orang lain, "Juallah baju ini dengan harga tertentu! Jika kamu berhasil menjualnya dengan harga lebih tinggi, maka kelebihannya menjadi milikmu." Ibnu Sirin juga berpendapat, "Jika seseorang berkata kepada orang lain, 'Juallah barang ini dengan harga tertentu. Jika ada keuntungan lebih, maka itu menjadi milikmu, atau keuntungannya dibagi antara kita berdua,' maka tidak masalah." Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, bersabda, "Seorang muslim selalu menepati janjinya." (Shahih Bukhari)

Syarat sahnya perjanjian bisnis dalam Islam terutama bergantung pada pemenuhan rukun dan syarat akad. Rukun dalam perjanjian samsarah atau keperantaraan yang harus dipenuhi dalam kerjasama afiliasi Shopee adalah sebagai berikut:

1. Al-muta'aqidani (Broker dan Pemilik Properti): Dalam skenario ini, salah satu pihak diharuskan untuk menyelesaikan transaksi atau kontrak. Pihak yang terlibat dalam praktik afiliasi Shopee adalah Pemasar Produk, serta Pemilik Produk atau *Merchant*.
2. Mahall al-ta'aqud (jenis transaksi dan kompensasi): Dalam perjanjian ini, jenis transaksi dan kompensasi untuk setiap pekerjaan pihak yang bekerja sama harus dinyatakan dengan jelas. Praktik afiliasi Shopee melibatkan penjualan produk melalui perantara, dengan remunerasi yang diterima oleh Pemasar dalam bentuk persentase dari harga produk.

Selain pemenuhan rukun, keabsahan akad samsarah atau perantaraan, yang juga dikenal sebagai makelar, juga memerlukan beberapa syarat, antara lain:

1. Kesepakatan kedua belah pihak: Berdasarkan QS. An-Nisa' ayat 29, transaksi jual beli haruslah dilakukan dengan kesepakatan kedua belah pihak. Masing-masing pihak harus menerima atau menyetujui semua ketentuan dalam perjanjian tanpa ada paksaan, ancaman, atau penipuan.
2. Maksud perjanjian harus jelas manfaatnya dan dapat diajukan: Obyek transaksi harus jelas dan dapat dilaksanakan oleh para pihak, tidak boleh abstrak.
3. Isi transaksi tidak boleh mengandung unsur dosa atau haram: Obyek transaksi harus halal dan tidak bertentangan dengan hukum, moral, atau nilai yang berlaku, seperti tidak melibatkan tindakan yang dilarang oleh hukum atau etika..

Berdasarkan kajian hukum ekonomi Islam yang diterapkan pada skema Affiliate Marketing platform Shopee E-commerce, kegiatan ini diperbolehkan sepanjang mengikuti

norma-norma Islam dan hukum yang berlaku. Transaksi ekonomi Islam terhindar dari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Prinsip-prinsip kolaborasi dalam Islam menekankan pada keadilan, kejujuran, tidak adanya penipuan, kesepakatan sukarela, dan tentu saja prosedur yang tepat.

Pemasaran afiliasi bukanlah konsep baru dalam Islam. Pengaturan ini mirip dengan dua bentuk kontrak kerja sama Islam: Wakalah bil Ujroh, yang didasarkan pada kontrak Ijarah, dan Samsarah (intermediasi).

PENUTUP

Dalam konteks bisnis, terutama dalam pemasaran afiliasi yang dianalisis pada platform Shopee, ada upaya yang jelas untuk memadukan prinsip-prinsip Islam dengan praktik bisnis modern. Prinsip-prinsip muamalah dalam Islam, seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan, diterapkan dalam setiap aspek kerjasama bisnis, baik dari sisi pemasar (affiliate) maupun dari sisi merchant (toko online). Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti wakalah bil ujrah dan akad samsarah, memberikan landasan hukum dan etika yang kuat bagi kerjasama bisnis semacam ini. Dengan mempertimbangkan persyaratan syariah dan ketentuan etis, program afiliasi Shopee menawarkan sebuah kerangka kerja yang adil dan transparan bagi para peserta, serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk memperoleh penghasilan sesuai dengan usaha yang mereka lakukan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa melalui implementasi prinsip-prinsip Islam dalam bisnis modern seperti pemasaran afiliasi, bisa diciptakan kerjasama yang harmonis antara aspek ekonomi dan nilai-nilai moral.

DAFTAR PUSTAKA

Ghazaly, A. R., Ghufron Ihsan, & Sapiudin Shidiq. (2018). Fiqh Mualamat (Edisi ke-5). Jakarta: Prenadamedia Group.

Helianthusonfri, J. (2014). 1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affiliate Marketing. Elex Media Komputindo.

Kumar, B., Sharma, A., Vatavwala, S., & Kumar, P. (2020). Digital mediation in business-to-business marketing: A bibliometric analysis. Industrial Marketing Management, 85, 126–140. https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2019.10.002

Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1), 1–9.

Nuraini, A. (2018). Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing pada Internet Marketing E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam (Disertasi doktoral, Universitas Islam Negeri" SMH" Banten).

Pinky, A. (2022). Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Disertasi doktoral, UIN Raden Intan Lampung).

Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 6(1), 24–37. https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407

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.

Syilvania, M. (2018). Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Affiliasi Melalui Platform Snapchat dan Instagram. Universitas Sanata Dharma.