

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Aktivitas ekonomi adalah bagian integral dari kehidupan manusia, karena setiap orang memiliki dorongan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup terbagi menjadi dua kategori yaitu kebutuhan dasar dan kebutuhan berdasarkan keinginan. Kebutuhan dasar dibagi lagi menjadi kebutuhan primer dan sekunder. Kebutuhan primer mencakup hal-hal esensial yang harus dipenuhi sehari-hari, seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Sementara itu, kebutuhan sekunder dipenuhi setelah kebutuhan primer, untuk meningkatkan kualitas hidup, misalnya meja, kursi, piring, dan televisi. Kebutuhan tersier, atau berdasarkan keinginan, melibatkan barang-barang mewah yang biasanya dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder tercukupi, seperti mobil, perhiasan, dan pakaian bermerek. Dua jenis kebutuhan ini mendorong manusia untuk berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan bekerja, berbisnis, berdagang, dan aktivitas ekonomi lainnya.²

Perkembangan teknologi yang pesat di era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Teknologi kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia di seluruh dunia. Kebutuhan manusia juga semakin berkembang seiring dengan perkembangan ini. Aspek-aspek dalam diri manusia, seperti keinginan terhadap barang atau jasa yang

² Rahmat Gunawijaya, *Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam*, (Al Maslahah Jurnal Ilmu Syariah 13, no. 1), 2017, 131

memberikan kepuasan jasmani dan rohani, menjadi pendorong tindakan mereka.³ Dengan kemajuan teknologi, khususnya internet, kehadiran internet telah menjadi hal yang umum dan memberikan kemudahan yang membuat jumlah penggunaannya meningkat. Internet digunakan untuk berbagai tujuan, seperti mencari informasi, bersosialisasi, hiburan, dan bahkan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui peluang bisnis. Salah satu contoh pemanfaatan internet dalam bisnis adalah *e-commerce* (perdagangan *online*).⁴

Saat ini, internet sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan perdagangan, dan manfaat ini diterima dengan baik karena dianggap praktis, cepat, mudah, murah, serta memiliki risiko kebangkrutan yang rendah. Sistem jual beli *online* memungkinkan transaksi jarak jauh dengan teknologi elektronik sebagai perantara. Pertumbuhan industri *e-commerce* terus meningkat berkat kemudahan dan kepraktisannya. *E-commerce*, yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008, merujuk pada transaksi jual beli secara online. Proses transaksi *online* pada dasarnya mirip dengan transaksi langsung. Di Indonesia, berbagai situs *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Lazada telah ada untuk memenuhi kebutuhan belanja masyarakat.

E-commerce (perdagangan *online*) kini menjadi pilihan utama bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang enggan pergi ke minimarket, mal, atau pasar untuk memenuhi kebutuhan. Kepercayaan merupakan faktor krusial dalam bisnis, baik *online* maupun *offline*. *E-commerce* dianggap efisien dalam hal waktu dan lokasi karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Hampir

³ Saputra Lyndon, *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2013), 5

⁴ Mohd Ma'sum Billah, *Applied Islamic E-Commerce: Law and Practice* (Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2008), 57

semua orang kini telah mengalami berbelanja melalui toko *online* di era digital ini. Teknologi *e-commerce* telah diterapkan di hampir semua sektor bisnis, dengan pelaku usaha memanfaatkan peluang besar dari internet untuk menjual barang dan jasa secara *online*, sehingga menghasilkan nilai transaksi mencapai ratusan miliar di seluruh dunia.

Dari berbagai situs *e-commerce* yang ada, Shopee adalah yang paling banyak digunakan dan diakses. Hal ini disebabkan oleh promosi dan fitur menarik yang ditawarkan, seperti gratis ongkir, permainan Shopee, dan *cashback*, yang unggul dibandingkan *e-commerce* lainnya. Selain itu, Shopee memiliki program *Shopee Affiliate*, yang membantu penjual memasarkan produk mereka kepada masyarakat. *Shopee Affiliate Program* adalah kolaborasi antara Shopee dan anggota afiliasi (individu yang ditunjuk oleh Shopee dan bersedia bergabung) dengan tujuan mempromosikan produk-produk Shopee melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, dan lainnya.

Affiliate marketing adalah bentuk bisnis *online* di mana seseorang membantu perusahaan atau usaha perorangan memasarkan produk kepada pelanggan. Jika produk yang dipromosikan terjual, *afiliasi* mendapatkan komisi dari penjualan tersebut. Besar komisi ini tergantung pada kesepakatan awal dan tercantum pada setiap produk. Program *Shopee Affiliate* sangat diminati oleh anak muda yang ingin memperoleh penghasilan tambahan melalui media sosial. Dengan kontrak kerja yang tidak eksklusif, program ini memberikan fleksibilitas bagi siapa saja yang ingin bergabung. Pendapatan dari *Shopee Affiliate Program* berupa komisi, yang diberikan apabila konsumen

mengklik tautan dan membeli produk melalui tautan tersebut. Komisi ini merupakan imbalan berupa uang atau persentase tertentu, yang diberikan sebagai kompensasi atas jasa yang dilakukan dalam transaksi jual beli dan sering kali diberikan kepada pihak yang berhasil mencapai target penjualan.

Internet menawarkan alternatif bisnis dengan prospek yang besar, di mana pendapatan dari bisnis *online* seringkali menarik dan dapat dimulai dengan modal yang minim atau bahkan tanpa modal sama sekali. Ini dikenal sebagai *internet marketing*. Program *internet marketing* mengharuskan seseorang untuk mahir dalam membangun situs online yang dapat dioptimasi untuk monetisasi. Beberapa sistem dalam *internet marketing* melibatkan pemasangan iklan, baik dalam bentuk tautan maupun konten, yang memungkinkan internet marketer mendapatkan penghasilan dari iklan tersebut.

Seorang afiliasi perlu memiliki strategi bisnis untuk menarik perhatian pelanggan agar mereka mengklik tautan yang diberikan. Terdapat dua strategi umum yang sering digunakan oleh *afiliasi* dalam promosi. Pertama, *afiliasi* dapat menggunakan sampel produk dari toko terkait dan mempromosikannya dengan membuat video ulasan. Kedua, mereka bisa memanfaatkan video promosi yang telah mereka buat sendiri sebagai materi promosi produk yang mereka jual.⁵ Setiap afiliasi mengembangkan cara atau strategi sendiri untuk mempromosikan tautan *afiliasi* mereka agar menarik perhatian dan mendorong orang untuk mengklik tautan yang disertakan dalam promosi. Promosi ini bisa berupa foto atau video yang disebarluaskan melalui berbagai media.

⁵ Jefferly Helianthusonfiri, *Affiliate Marketing Modal Dengkul*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 6

Cara kerja Shopee *Affiliate* sangat mudah dan praktis. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mendaftar melalui platform Shopee *Affiliate*, kemudian menunggu persetujuan dari pihak Shopee. Setelah disetujui, Anda dapat mulai mempromosikan produk-produk yang tersedia di Shopee dengan menyematkan tautan khusus pada konten media sosial. Melalui metode ini, *afiliator* dapat memperoleh komisi dari setiap produk yang berhasil dipromosikan, menjadikan sistem ini menguntungkan dan efektif.⁶

Pada akun Instagram @resep kue bun dalam mempromosikan sebuah tautan Shopee *Affiliate Program* memiliki cara atau strategi dengan mencari video *review* produk yang ingin di promosikan lalu di unggah pada platform Instagram. Video promosi yang ada didalam akun @resep kue bun bukan video murni editan sendiri. Strategi ini memanfaatkan kekuatan media sosial dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Dari perspektif hukum Islam, penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh akun Instagram @resep kue bun sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu pendekatan yang relevan adalah melalui konsep hak orang lain, hak cipta dalam Islam, serta macam-macam hak milik, akad *ijarah*, dan rukun serta syarat jual beli menjadi landasan penting dalam menilai keabsahan praktik tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau strategi pemasaran Shopee *Affiliate Program* dalam perspektif hukum Islam, guna memastikan bahwa praktik tersebut memberikan manfaat yang optimal tanpa melanggar prinsip – prinsip syariah sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul

⁶ Affiliates, <https://shopee.co.id/m/affiliates>, diakses pukul 12.06 pada 2 Desember 2024

“Praktik Pemasaran Shopee *Affiliate Program* Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Akun Instagram @resep kuebun)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian dari skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pemasaran Shopee *Affiliate Program* yang dilakukan oleh akun Instagram @resep kuebun ?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik pemasaran Shopee *Affiliate Program* yang dilakukan oleh akun Instagram @resep kuebun ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan praktik pemasaran Shopee *Affiliate Program* yang dilakukan oleh akun Instagram @resep kuebun.
2. Untuk mendeskripsikan tinjauan hukum Islam terhadap praktik pemasaran Shopee *Affiliate Program* yang dilakukan oleh akun Instagram @resep kuebun.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian diharapkan bisa bermanfaat dalam kajian-kajian yang berbentuk:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya tentang penerapan hukum Islam dalam praktik pemasaran Shopee *Affiliate Program*.

2. Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para masyarakat umum terhadap penerapan hukum Islam dalam praktik pemasaran *Shopee Affiliate Program*, serta memberikan pemahaman lebih kepada para affiliator atau orang-orang yang melakukan praktik *Affiliate*.

E. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan referensi penelitian, peneliti mengutip dari skripsi, jurnal maupun artikel yang relevan dengan masalah yang diteliti. Maka telah terlihat perbedaan penelitian saat ini dengan sebelumnya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh FIA SABILA FIRDOSIKA pada tahun 2023, seorang mahasiswi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dalam skripsinya yang berjudul “*Pemanfaatan Video Pemasaran Produk Orang Lain Di Shopee Affiliate Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah*”, Hasil penelitian menunjukkan affiliator sering memakai video promosi orang lain karena tidak memiliki produk dan alasan praktis. Dalam Hukum Ekonomi Syariah, ini bermasalah jika promosi tidak sesuai deskripsi produk, sesuai Fatwa MUI No. 1 Tahun 2003 yang melarang pembajakan. Dalam penulisan skripsi yang ditulis oleh FIA SABILA FIRDOSIKA terdapat persamaan dengan penulis yaitu membahas pemanfaatan konten promosi oleh affiliator di *Shopee Affiliate* dari perspektif Islam. Namun terdapat perbedaan pada penulis lebih menekankan pada penekanan analisis etis dan hukum Islam terhadap pemanfaatan konten tanpa izin, meskipun akun tersebut tetap mencantumkan *watermark* sebagai bentuk penghormatan terhadap karya pemilik aslinya. Sementara skripsi yang ditulis oleh Fia Sabila Firdosika berfokus pada penggunaan video promosi,

di mana pada akun telah dipastikan bahwa setiap penggunaan konten pihak lain selalu melalui proses izin terlebih dahulu, dan jika izin tidak diperoleh, maka konten tersebut tidak akan diposting.⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh ADNAN RAFIQIH pada tahun 2022, seorang mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dalam skripsinya yang berjudul “*Sistem Affiliate dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*”. Sistem *affiliate* di Shopee dalam hukum Islam mirip dengan akad *samsarah* dan *ju'alah*, serta sah selama tidak ada unsur haram, gharar, atau riba. Dalam hukum positif Indonesia, tidak ada larangan khusus mengenai sistem ini. Dalam penulisan skripsi yang ditulis oleh ADNAN RAFIQIH terdapat persamaan dengan penulis yaitu kedua penelitian membahas sistem Shopee *affiliate* dalam perspektif hukum Islam, dengan fokus pada kesesuaian praktik dengan prinsip-prinsip syariah. Namun terdapat perbedaan yaitu peneliti lebih menekankan pada pemanfaatan konten orang lain dalam promosi, sementara skripsi yang ditulis oleh ADNAN RAFIQIH menekankan pada alur sistem *affiliate*.⁸
3. Penelitian yang dilakukan oleh USWATUN KHASANAH pada tahun 2024, mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dalam skripsinya yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Affiliator Pada Program Affiliate Shopee*”. Penelitian ini menunjukkan peran affiliator di

⁷ Fia Sabila Firdosika, “Pemanfaatan Video Pemasaran Produk Orang Lain Di Shopee *Affiliate* Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah, (Skripsi S.H. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)

⁸ Adnan Rafiqih, “Sistem *Affiliate* Dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia”, (Skripsi S.H. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022)

Shopee *Affiliate Program* mirip dengan akad *samsarah*, di mana komisi diberikan setelah tugas selesai. Program ini sah jika produk halal dan tanpa faktor pembatal akad, seperti penipuan atau barang terlarang. Komisi dianggap halal jika syarat terpenuhi. Dalam skripsi yang ditulis oleh USWATUN KHASANAH terdapat persamaan dengan penulis yaitu keduanya mengkaji sistem Shopee *affiliate* dalam perspektif hukum Islam dan menilai keabsahan praktik *affiliate* menurut hukum Islam. Namun terdapat perbedaan yaitu penulis lebih menekankan pada penekanan analisis etis dan hukum Islam terhadap pemanfaatan konten tanpa izin, meskipun akun tersebut tetap mencantumkan watermark sebagai bentuk penghormatan terhadap karya pemilik aslinya, sementara skripsi yang ditulis oleh USWATUN KHASANAH lebih menekankan pada kejelasan deskripsi barang yang akan dipromosikan.⁹

4. Penelitian yang dilakukan oleh ITA TANIYA pada tahun 2021, seorang mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dalam skripsinya berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee Affiliate Di Media Sosial*”. Penelitian ini menemukan bahwa anggota *affiliate* menggunakan konten promosi media sosial dengan tautan produk serupa, meski kualitas berbeda. Program Shopee *Affiliate* tergolong akad *ju'alah*, dengan komisi berdasarkan klik terakhir setelah penjualan. Dalam penulisan skripsi yang ditulis oleh ITA TANIYA terdapat persamaan dengan penulis yaitu keduanya mengkaji penggunaan konten promosi orang lain dalam Shopee *Affiliate Program* dan

⁹ Uswatun Khasanah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Affiliator Pada Program *Affiliate* Shopee”, (Skripsi S.H. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024)

menilai dari perspektif hukum Islam. Namun terdapat perbedaan yaitu penulis menekankan pada etika pemanfaatan konten tanpa izin dan dampaknya terhadap keabsahan praktik affiliate, sementara skripsi ITA TANIYA berfokus pada mekanisme pemanfaatan konten promosi di media sosial.¹⁰

5. Penelitian oleh IDA MAULIDINA pada tahun 2024, mahasiswi Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, dalam skripsinya yang berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Pada Aplikasi Shopee Affiliate*”, menyimpulkan bahwa praktik jual beli oleh affiliator yang mempromosikan produk menggunakan video milik orang lain dengan memberikan deskripsi produk yang tidak sesuai, dianggap belum sejalan dengan konsep Hukum Ekonomi Syariah. Hal ini dikarenakan tindakan tersebut melanggar aturan terkait pemanfaatan hak milik orang lain. Dalam penulisan skripsi yang ditulis oleh IDA MAULIDINA terdapat persamaan dengan penulis yaitu keduanya berfokus pada praktik promosi di Shopee *affiliate* dan menilai dari perspektif hukum Islam, khususnya terkait pemanfaatan konten orang lain. Namun terdapat perbedaan yaitu penulis lebih menekankan pada aspek etis terhadap pemanfaatan konten orang lain tanpa izin dalam *Shopee Affiliate Program*, meskipun tetap mencantumkan watermark sebagai penghormatan terhadap karya. Sementara skripsi IDA MAULIDINA berfokus pada penggunaan

¹⁰ Ita Taniya, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee *Affiliate* Di Media Sosial”, *Skripsi S.H. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021*)

video milik orang lain dengan memberikan deskripsi produk yang tidak sesuai.¹¹

¹¹ Ida Maulidina, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Pada Aplikasi Shopee *Affiliate*”, (*Skripsi S.H. Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024*)