

BAB II LANDASAN TEORI

A. *E-commerce*

1. Pengertian *E-commerce*

Secara bahasa, kata “*e-commerce*” merupakan gabungan dua kata: huruf E yang merupakan singkatan dari “*Electronic*” dan kata “*Commerce*”. *Electronic* artinya elektronik dalam bahasa Indonesia, sedangkan *Commerce* artinya perdagangan. Jadi, *e-commerce* adalah transaksi perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan internet.²⁵

E-commerce (Electronic commerce) adalah transaksi bisnis yang dilakukan antara penjual dan pembeli yang menggunakan sarana elektronik seperti internet dan tidak memerlukan pihak-pihak yang bertransaksi untuk bertemu secara fisik.²⁶ Pengertian *e-commerce* Menurut Laudon dalam jurnal yang ditulis oleh Shabur Miftah Maulana, *E-commerce* adalah suatu proses pembelian dan penjualan barang secara elektronik oleh pelanggan dan dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara komersial. Internet merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk aktivitas *e-commerce*.²⁷

²⁵ Mufarizzaturrizkiyah, dkk, *E – Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, (Cirebon: CV. ELSI PRO, 2020) 16-17.

²⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), 16.

²⁷Kadar Nurjaman, “Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKMd ,” *Jurnal UIN Sunan Gunung Jati Bandung*, Vol 29, no. 1 (2022), 36. <https://doi.org/10.54783/ap.v3i1.6>

Menurut Windarto, kata “*e-commerce*” sering digunakan untuk merujuk pada jenis perdagangan *online* yang memanfaatkan internet. *E-commerce* seringkali memiliki tiga karakteristik: transaksi yang melibatkan dua pihak; pertukaran produk, layanan atau informasi; dan penggunaan internet sebagai medianya.²⁸

Penggunaan *e-commerce* sering memberikan manfaat bagi konsumen, salah satunya adalah kemungkinan untuk mendapatkan harga lebih murah dibandingkan dengan berbelanja langsung di toko fisik. Pemanfaatan *e-commerce* dapat lebih menghemat waktu, dan untuk meningkatkan penggunaan, penyedia layanan *e-commerce* menawarkan kemudahan, keuntungan, dan hal-hal lain yang membuat penggunaan *e-commerce* terkesan sederhana. Pelanggan akan semakin sering menggunakan *e-commerce* jika semakin banyak keuntungan yang mereka lihat.²⁹

2. Jenis-jenis *E-commerce*

E-commerce melibatkan sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk membuat, mengelola, dan memperluas hubungan komersial secara *online*. Munculnya *e-commerce* dalam kemajuan teknologi informasi meningkatkan persaingan perusahaan dalam melayani pelanggan. Aksesibilitas terhadap berbagai sumber informasi dan pesatnya kemajuan teknologi informasi memberikan dampak yang

²⁸ Loso Judijanto, *Pengembangan Start Up Digital*, (Yogyakarta :PT.Green Pustaka Indonesia, 2024) 38.

²⁹ Rizky Bima Prasetyo, “Pengaruh E-Commerce Dalam Dunia Bisnis”, *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, (Juli, 2023), 105. <https://doi.org/10.59561/jmeb.v1i01.92>

signifikan terhadap sikap konsumen terhadap *e-commerce*. Dampak penggunaan teknologi informasi melampaui dunia organisasi korporat, dimana teknologi dapat meningkatkan kinerja organisasi. *E-commerce* dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek. Berikut ini klasifikasi *e-commerce* berdasarkan pada sifat transaksinya yang dipaparkan sebagai berikut:³⁰

a. *Business to business* (B2B)

Transaksi semacam ini melibatkan pembeli dan penjual yang keduanya merupakan korporasi atau organisasi. Adapun kegiatan-kegiatannya merupakan pembelian dan pengadaan, *supplier management*, *inventory management*, *channel management*, kegiatan penjualan, serta layanan. *E-commerce* semacam ini mendominasi. Dalam transaksi bisnis-ke-bisnis, baik penjual maupun pembeli adalah badan hukum *Business to Consumer* (B2C).³¹

b. *Business to Consumer* (B2C)

Menurut skenario ini, pembeli adalah seseorang dan penjual adalah sebuah bisnis atau organisasi. Transaksi B2C seringkali lebih kecil dibandingkan transaksi B2B dan memerlukan pertukaran barang berwujud atau digital.

³⁰ E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban, *Electronic Commerce, 7th*, (United State: Pearson, 2012), 42-43.

³¹ Muhamad Yusuf, *E Commerce Konsep dan Teknologi*, (Malang :Media Nusa Creative, 2021) 47

Pembelinya adalah perorangan, sedangkan penjualnya adalah badan usaha. Nama lain dari B2C adalah *e-tailing*.³²

c. *Consumer to business (C2B)*

Ketika suatu transaksi bersifat C2B, klien menentukan barang serta harga yang mereka inginkan, kemudian *priceline* mencari pemasok yang dapat memenuhi permintaan tersebut. Pemasok bersaing untuk memasok barang atau jasa kepada pelanggan.³³

d. *Consumer to consumer (C2C)*

Model perdagangan C2C (*Consumer-to-Consumer*) mengacu pada proses jual-beli atau pertukaran produk dan jasa antara konsumen atau individu satu dengan lainnya. Dalam konteks ini, individu atau konsumen menjual barang atau layanan kepada individu atau konsumen lainnya tanpa melalui perantara bisnis atau perusahaan.³⁴

e. *Intrabusiness (intraorganizational) commerce*

EC B2E (*Business-to-Employees*) atau sering disebut juga sebagai internal *e-commerce* merupakan konsep di mana perusahaan menggunakan teknologi *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi, komunikasi, dan

³² Muhamad Yusuf, *E Commerce Konsep dan Teknologi*, (Malang :Media Nusa Creative, 2021) 47

³³ Richi Solihin, *Kewirausahaan di Era Digital*, (Bali: Intelktual Manifest Media dan Menulis, 2023)32

³⁴ Richi Solihin, *Kewirausahaan di Era Digital*, (Bali: Intelktual Manifest Media dan Menulis, 2023)33

operasi internal dengan fokus pada hubungan antara perusahaan dan karyawan-karyawan mereka.³⁵

f. *Government to citizens (G2C)*

Model ini dikenal sebagai *e-Government-to-Business (G2B)* yang merupakan bagian dari strategi *e-Government*. Ini mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) oleh entitas pemerintah untuk menyediakan layanan dan bertransaksi dengan berbagai perusahaan atau entitas bisnis.

Dalam konteks *e-Government*, layanan-layanan yang diberikan oleh entitas pemerintah kepada warganya (*e-Government-to-Citizen/E-Government-to-People G2C/G2P*) biasanya meliputi pembayaran pajak *online*, pendaftaran perizinan, aplikasi pelayanan publik, dan lainnya

g. *Perdagangan mobile (mobile commerce)*

M-commerce mengacu pada transaksi perdagangan elektronik atau *e-commerce* yang dilakukan melalui perangkat nirkabel, seperti ponsel pintar (*smartphone*), tablet, atau perangkat seluler lainnya yang terhubung ke

³⁵ Mega Usvita, *Manajemen Pemasaran E Commerce*, (Padang: CV.Gita Lentera,2023),17

internet. Istilah "m" dalam *m-commerce* sendiri merujuk pada "*mobile*" atau "mobil".³⁶

M-commerce memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas perdagangan elektronik, seperti pembelian barang dan layanan, pembayaran tagihan, transfer uang, atau aktivitas *e-commerce* lainnya, namun melalui perangkat nirkabel daripada menggunakan komputer desktop atau laptop.³⁷

h. *Collaborative commerce*

Collaborative commerce atau *c-commerce* adalah konsep di mana individu atau kelompok terlibat dalam berkomunikasi, berkolaborasi, dan berinteraksi secara *online* dalam suatu lingkungan yang memungkinkan kerja sama dan pertukaran informasi antara para pemangku kepentingan.³⁸

3. Komponen *E-commerce*

E-commerce atau perdagangan elektronik memiliki beberapa komponen yang menjadi standar atau karakteristik yang berbeda dengan transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*.

³⁶ Eko Pujiyono, *Membangun E Commerce Teori Strategi dan Implementasi*, (Banyumas:CV.Amerta Media 2021), 17.

³⁷ Eko Pujiyono, *Membangun E Commerce Teori Strategi dan Implementasi*, (Banyumas:CV.Amerta Media 2021), 18.

³⁸ Dudung Juhana, *Pengantar E Commerce dan Platform Digital*.(Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia), 30

Menurut Hidayat komponen dari *e-commerce* terdiri dari enam, yaitu:³⁹

- a. Produk, berbagai jenis produk yang bisa dijual melalui internet.
- b. Tempat penjualan, Internet adalah tempat penjualan, oleh karena itu memiliki domain dan *hosting* sangatlah penting.
- c. Cara menerima pesanan, melalui email, telpon, sms dan sarana komunikasi lainnya.
- d. Cara pembayaran, *cash*, cek, *bank draft*, kartu kredit, *internet payment*.
- e. Metode pengiriman, dalam konteks *e-commerce* atau perdagangan elektronik, metode pengiriman produk dapat bervariasi tergantung pada jenis barang yang dijual, kebijakan perusahaan, dan preferensi konsumen.
- f. Pelayanan konsumen, melalui email, formulir on-line, FAQ, telpon, chatting, dan lain-lain.

B. Affiliate Marketing

1. Pengertian *Affiliate Marketing*

Affiliate marketing dapat diartikan sebagai pemasaran afiliasi, yang artinya adalah kita akan memasarkan produk orang lain, kemudian jika berhasil menjual produk tadi, maka kita akan

³⁹ Taufik Hidayat, *Panduan Membuat Toko Online dengan E Commerce* (Jakarta :Media Kita,2021) 18

mendapatkan komisi dari si pemilik barang.⁴⁰ istilah "*affiliate*" atau "*afiliasi*" dalam konteks bisnis atau pemasaran berarti ikatan atau keterkaitan antara dua entitas yang bekerja sama dalam sebuah program kemitraan atau kerjasama bisnis.⁴¹ *marketing* yang berarti pemasaran.

Pemasaran afiliasi atau *affiliate marketing* adalah praktik meminta penjual aktif lainnya menawarkan produk atau layanan yang dibuat oleh satu unit (perusahaan e-niaga, orang-ke-orang, atau kombinasi) dengan imbalan pengaturan pembagian keuntungan. Materi pemasaran tertentu (surat penjualan, tautan afiliasi, alat pelacak) mungkin disediakan oleh entitas produk. Namun sebagian besar hubungan pemasaran *affiliate* berasal dari bisnis *e-commerce* yang menawarkan program afiliasi.⁴²

2. Elemen-Elemen dalam *Affiliate Marketing*

Affiliate marketing adalah salah satu bidang bisnis internet yang berkembang seiring bermunculannya *e-commerce* yang mengandalkan *affiliator* sebagai partner untuk melakukan promosi. Program ini melibatkan tiga elemen yaitu :⁴³

- a) Pemilik barang, merupakan pihak yang memiliki barang atau jasa yang dijual melalui internet.

⁴⁰ Jefferly Helianthusonfri, 1 Juta Rupiah Pertama Anda dari *Affiliate Marketing* (Gramedia, Jakarta, 2014), 10.

⁴¹Fauziah Septiani, Dasar-dasar Pemasaran Digital,(Surabaya : Cipta Media Nusantara, 2022) 87 .

⁴² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* , (jakarta: Erlangga , 2012), 212

⁴³ Adi Arista Prasetyo, *Cari Duit dari Bisnis Afiliasi Lokal*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo 2015) 20

- b) *Affiliator/ Prantara*, merupakan pihak yang menjualkan atau mengarahkan pembeli untuk membeli barang atau jasa dari pemilik barang. *Affiliator/ prantara* ini akan mendapatkan komisi dari transaksi yang berhasil.
- c) Pembeli, merupakan pihak yang membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh perantara melalui internet. Pembeli akan memilih dan membeli di internet sesuai dengan penawaran yang menarik dan menggiurkan dari para *affiliator/ prantara*

3. Jenis-Jenis *Affiliate Marketing*⁴⁴

a. *Pay Per Sale*

Pay Per Sale (PPS) atau bayar per penjualan adalah salah satu model atau jenis dari *affiliate marketing* di mana kompensasi atau pembayaran kepada afiliasi terjadi hanya jika terjadi penjualan atau transaksi yang berhasil. Dalam model ini, merchant (pemilik produk atau layanan) akan memberikan komisi kepada afiliasi sebagai imbalan atas kontribusi afiliasi dalam menciptakan penjualan yang terjadi melalui link atau kode afiliasi yang mereka bagikan.⁴⁵

b. *Pay Per Click*

Salah satu metode yang digunakan dalam pemasaran afiliasi untuk mendapatkan lalu lintas adalah

⁴⁴ S'to, *Internet Business Classroom Affiliate Marketing* (Jasakom, 2010), 17-22.

⁴⁵ Fauziah Septiani, *Dasar-dasar Pemasaran Digital*, (Surabaya : Cipta Media Nusantara, 2022) 87

Pay-Per-Click (PPC). Dalam model PPC, afiliasi akan mendapatkan komisi setiap kali pengunjung mengklik banner, iklan teks, atau tautan yang ditempatkan di situs afiliasi mereka. Ketika pengunjung mengklik iklan tersebut, mereka akan diarahkan ke situs web atau halaman tujuan yang relevan dengan iklan tersebut.⁴⁶

c. *Cost Per Action* atau *Pay Per Lead*

Metode CPA (Cost Per Action) dalam pemasaran afiliasi adalah model pembayaran di mana afiliasi atau pemasar akan menerima komisi atau pembayaran setiap kali pengunjung atau pengguna melakukan tindakan tertentu yang telah ditentukan oleh pihak merchant atau pengiklan.⁴⁷⁴⁸ Contohnya, Sebelum transaksi diselesaikan dengan perusahaan keuangan, calon klien biasanya perlu menghubungi bisnis tersebut berkali-kali. Pemasar afiliasi untuk bisnis seperti ini hanya memberitahu calon klien untuk menyelesaikan tugas tertentu, seperti memberikan nomor telepon kontak, setelah itu bisnis akan menghubungi mereka atau memanfaatkan data yang mereka berikan.

4. Cara Kerja *Affiliate Marketing*

⁴⁶ Abdul Rauf, *Digital Marketing Konsep dan Strategi*, (Cirebon:Insania,2021) 30

⁴⁷ Fauziah Septiani, *Dasar-dasar Pemasaran Digital*,(Surabaya : Cipta Media Nusantara, 2022) 77

⁴⁸ Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing* (Surabaya:Celebes Media Perkasa, 2019) 25

Affiliate marketing adalah strategi pemasaran online yang melibatkan prantara atau *affiliator* dalam memasarkan produk pemilik barang melalui link khusus dan akan mendapatkan komisi melalui transaksi yang terjadi. Link tersebutlah yang nantinya akan memberitahukan sistem pada *website* pemilik barang apabila terjadi penjualan dan siapa yang telah berhasil memberikan referensinya. Program ini melibatkan tiga orang, yaitu pemilik barang, *affiliator*/ prantara, pembeli.⁴⁹

Gambar 2. 1
Alur Program Affiliate



Sumber : Mysurel

Dari alur gambar di atas, secara sederhana program *affiliate marketing* dapat dijelaskan bahwa:

- a) Pertama, seorang *affiliator* atau prantara akan mencari pemilik barang/ vendor.

⁴⁹ Fitriana Nurul Hidayati, Dampak *Content Marketing*, E- Service Quality, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada E-Commerce Shopee di Sidoarjo, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, (21)2. September 2024:186-187. <https://doi.org/10.31849/jieb.v21i2.22032>

- b) Kedua, *affiliator* atau prantara tersebut akan mendaftarkan dirinya sebagai *member affiliate* dari pemilik barang/ vendor tersebut.
- c) Ketiga, jika *affiliator* atau prantara sudah selesai melakukan registrasi sebagai member maka akan mendapatkan link khusus dari pemilik barang/ vendor tersebut, kemudian memasangkannya di akun *website*, blog, atau media sosial milik *affiliator* atau prantara.
- d) Keempat, pembeli yang tertarik dari penawaran yang diberikan *affiliator* atau prantara kemudian memutuskan untuk memilih dan membeli produk atau jasa tersebut dari link yang dicantumkan oleh *affiliator* atau prantara melalui *website*, blog, atau akun media sosial mereka. Link tersebut akan menuju *website* atau *e-commerce* dari perusahaan atau pemilik barang yang menyediakan program *affiliate*.
- e) Kelima, jika terjadi transaksi maka *affiliator* atau prantara akan mendapatkan komisi sesuai dengan perjanjian yang disepakati oleh pemilik barang/ vendor.

5. Sistem Komisi *Affiliate Marketing*⁵⁰

a. Sistem Komisi MLM

Program Afiliasi Multi Tier adalah skema afiliasi yang menggunakan struktur komisi MLM; namun, tidak

⁵⁰ S'to, Internet Business Classroom..., 31.

semua afiliasi menggunakannya secara maksimal.⁵¹ Dengan metode ini, setiap transaksi yang terjadi sebagai hasil rujukan dari bawahan afiliasi juga akan menghasilkan komisi bagi afiliasi. Perbedaan MLM adalah tingkat pohon yang dihasilkan seringkali dibatasi satu lapisan di bawah afiliasi (2 tingkat). Artinya, afiliasi tidak akan memperoleh penghasilan dari penjualan yang dilakukan oleh B jika mereka direkomendasikan oleh A dan B oleh A.⁵²

b. Komisi Berkala

Terdapat beberapa program afiliasi yang menawarkan model kompensasi yang mirip dengan sistem kompensasi agen asuransi. Dalam bisnis asuransi, agen mendapatkan komisi atau pendapatan berulang untuk setiap klien atau pelanggan yang berhasil mereka ajak masuk ke dalam polis asuransi. Pendapatan ini biasanya tidak hanya terjadi sekali, tetapi juga dapat terus berlanjut dalam bentuk pembayaran periodik seperti bulanan atau tahunan selama klien tetap memiliki polis asuransi aktif.⁵³

Dalam beberapa program afiliasi, terutama yang terkait dengan layanan berlangganan atau produk dengan pembayaran berulang, afiliasi dapat memperoleh komisi

⁵¹ Muhammad Habibulah, *Pemasaran Digital Commerce*, (Batam:Rey Media Grafika,2024), 128

⁵² Muhammad Habibulah, *Pemasaran Digital Commerce*, (Batam:Rey Media Grafika,2024), 129

⁵³ Jefferely Heliantusofry, *1 Juta Pertama Anda Dari Affilate Marketing*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputundo,2014), 47

berulang setiap kali klien yang mereka referensikan mempertahankan langganan atau keanggotaan mereka. Ini mirip dengan model kompensasi agen asuransi di mana agen terus menerima pendapatan berulang selama klien mereka tetap mempertahankan polis asuransi mereka.⁵⁴

Sebagai contoh dalam konteks afiliasi, layanan seperti layanan keanggotaan situs web atau aplikasi berlangganan, layanan hosting web, atau produk perangkat lunak berlangganan mungkin menawarkan komisi berulang kepada afiliasi untuk setiap bulan atau periode tertentu di mana klien tetap menggunakan layanan tersebut.

6. Keuntungan Affiliate Marketing

Terdapat beberapa keuntungan menggunakan *Affiliate Marketing* antara lain:⁵⁵

- a) Mendapatkan penghasilan pasif.
- b) Memerlukan modal yang sedikit.
- c) Dapat bekerja dari rumah.
- d) Jam kerja yang fleksibel.
- e) Dapat mengikuti banyak program afiliasi.
- f) Biaya pemasaran yang murah.
- g) Mendapatkan keuntungan ketika produk terjual

⁵⁴ Darmawan, *Ekonomi Keuangan* (Yogyakarta: UNY Penerbitan, 2022), 295

⁵⁵ Cho, Lee dan Tharp M, Different forced-exposure levels to banner advertisement, *Journal of Advertising Research*, (4) 41, 45-46

7. Tantangan dalam Affiliate Marketing

Ada beberapa tantangan dalam penerapan *affiliate marketing* antara lain :⁵⁶

- a) Banyaknya Kompetitor (pesaing)
- b) Tergantung pada jaringan Afiliasi
- c) Pendapatan Tidak Konsisten
- d) Memerlukan waktu dan Usaha untuk kampanye

8. Strategi Sukses dalam Affiliate Marketing

Aktivitas online menjadi salah satu bagian yang tak terpisahkan bagi sebagian masyarakat dunia termasuk di Indonesia, melihat kondisi ini para bisnis mau tak mau harus mengikuti gaya bisnis masyarakat modern, agar pangsa pasar yang mereka kuasai tetap bertahan atau bahkan bertambah. Saat ini dalam pemasaran di *affiliate marketing* dunia maya, setidaknya ada 6 jenis strategi sukses menerapkan yang banyak dilakukan para pebisnis untuk meraih para konsumenyaitu sebagai berikut:⁵⁷

- 1) Pilih Niche yang relevan
- 2) Pilih Produk atau layanan yang berkualitas
- 3) Buat Konten yang berkualitas
- 4) Optimalkan Search Engine Optimitation (SEO)
- 5) Gunakan media sosial
- 6) Bangun dan Manfaatkan *Mailing List*
- 7) Jalin Hubungan dengan *Audiens*
- 8) Pantau dan Evaluasi Kinerja
- 9) Jalin Kemitraan yang baik
- 10) Terus Belajar dan berkembang

⁵⁶ Muhamad Tomy Fimi Putera, *Pengantar Ekonomi Digital* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2024), 72

⁵⁷ Erlita Mega, *Motivasi Bisnis Online*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2023).24

9. Tren dalam *Affiliate Marketing*

Saat ini, media sosial menjadi salah satu media penyebaran dalam kegiatan *affiliate marketing* di Indonesia. Kita dengan mudah mencari dan menemukan informasi yang kita butuhkan melalui media sosial tersebut. Kehadiran media sosial di tengah masyarakat era kini telah memberikan dampak dan manfaat yang sangat besar. Media sosial dapat mempermudah kita menyebarkan informasi dan menjangkau orang yang letaknya jauh dari kita. Ada beberapa *affiliate marketing* yang saat ini menjadi tren antara lain :

a) *Influencer marketing*

Influencer marketing adalah proses mengidentifikasi dan mengaktifkan individu individu yang memiliki pengaruh terhadap target audiens tertentu untuk menjadi bagian dari kampanye produk dengan tujuan peningkatan jangkauan, penjualan, hubungan dengan konsumen. *Influencer marketing* adalah proses mengidentifikasi dan mengaktifkan individu individu yang memiliki pengaruh terhadap target audiens tertentu untuk menjadi bagian dari kampanye produk dengan tujuan peningkatan jangkauan, penjualan, dan hubungan dengan konsumen.⁵⁸

b) *Affiliate marketing* berbasis berbasis Artificial Intelligence (AI)

Menurut John McCarthy AI merupakan ilmu yang membuat mesin melakukan hal yang membutuhkan kecerdasan manusia saat manusia melakukannya.⁵⁹ Elon Musk mengartikan AI sebagai mesin yang lebih baik dari kita dalam hampir semua hal, dan itu tidak benar-benar terjadi hingga

⁵⁸ Sudha, M dan Sheena K.. Impact Of Influencers In Consumer Decision Process: The Fashion Industry. *Jurnal A Quartely* ,(SCMS Of Indian Managemen 2017), 14-30.

⁵⁹ Uno, H. B., & Kuadrat, M. (2019). Mengelola kecerdasan dalam pembelajaran: sebuah konsep pembelajaran berbasis kecerdasan. Sinar Grafika Offset,24

beberapa tahun mendatang.⁶⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan AI adalah kemampuan mesin untuk meniru atau meniru kecerdasan manusia. Ini mencakup berbagai teknik dan metode yang memungkinkan komputer untuk memahami, belajar, dan mengambil keputusan berdasarkan data yang diberikan.

Pemanfaatan AI di era revolusi industri ini sangat bermanfaat dan dipergunakan di berbagai bidang salah satunya *affiliate marketing* dalam shopee dengan cara mengotomatisasi kampanye pemasaran dengan mengelola iklan berbayar dan mengoptimalkan konten, serta menyediakan rekomendasi produk yang relevan kepada pengguna berdasarkan produk yang pernah mereka lihat atau beli sebelumnya

c) *Video marketing*

Shopee merupakan salah satu entitas e-commerce yang menerapkan model bisnis yang dikenal dengan strategi pemasaran afiliasi bernama Shopee Affiliate . Dari fenomena yang terjadi pada saat ini dengan adanya *content marketing* yang dapat membantu memasarkan produk dengan mudah adalah dengan munculnya fitur terbaru shopee video.

⁶¹Penggunaan video berisi fitur yang menarik tersebut merupakan program shopee *affiliate* yang dinamakan dengan video marketing. Dengan adanya Shopee video memungkinkan penjual dapat memanfaatkan fitur yang ada

⁶⁰ Hanisy, A. (2021). Masa Depan Pendidikan Dan Ekonomi Kabupaten Jember Dan Revolusi Industri 4.0. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

⁶¹ Fony Dwi Citrawati, Pengaruh Video Marketing, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Shopee, *Jurnal : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. 2024

dengan membuat video yang menarik, informatif, dan kreatif. Fitur shopee video ini juga dapat membantu pembeli untuk mengetahui informasi reel dari produk yang akan dibelinya. Shopee video sangat mempermudah pembeli dalam melakukan pembelian dengan melihat video yang sudah dilengkapi dengan link produk yang telah disediakan oleh toko yang membuat video *marketing*.

d) *Social commerce*

Social commerce dalam shop *affiliate* adalah program afiliasi yang dijalankan oleh Shopee yang memungkinkan individu atau *influencer* untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk di media sosial. Dalam konteks sosial commerce, Shopee *Affiliate* menggabungkan elemen media sosial dan e-commerce dengan memberikan kesempatan kepada para afiliasi untuk mempromosikan dan menjual produk Shopee melalui platform sosial mereka, seperti Instagram, *Facebook*, *TikTok*, atau *YouTube*.

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi

konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.⁶²

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak *universal*. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.⁶³

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

a. Muhammad Abdul Manan

Islamic economics is a sosial science which studies the economics problems of a people imbued with the values of

⁶² Arif Zunaidi, *Ekonomi Islam :Pengantar dalam Memahami Konsep dan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Kediri: IAIN Kediri Press, 2023

⁶³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan *Ekonomi Islam* (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14.

Islam.⁶⁴ Jadi, menurut Abdul Manan ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

b. M. Umer Chapra

Islami economics was defined as that branch which helps realize human well-being through and allocation and distribution of scarce resources that is inconfinnity with Islamic teaching without unduly curbing Individual fredom or creating continued macroeconomic and ecological imbalances.

Jadi, menurut Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya relisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.⁶⁵

c. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ilmu ekonomi Islam, singkatnya merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim moderen.⁶⁶

⁶⁴ Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: Idarah Adabiyah, 1980), 3.

⁶⁵ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 16

⁶⁶ Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 28

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.

Menurut Abdul Mannan, ilmu ekonomi Islam tidak hanya mempelajari individu sosial melainkan juga manusia dengan bakat religius manusia itu sendiri.⁶⁷

2. Dasar Hukum Ekonomi Islam

Sebuah ilmu tentu memiliki landasan hukum agar bisa dinyatakan sebagai sebuah bagian dari konsep pengetahuan. Demikian pula dengan penerapan syariah di bidang ekonomi bertujuan sebagai transformasi masyarakat yang berbudaya Islami.

Aktifitas ekonomi sering melakukan berbagai bentuk perjanjian. Perjanjian merupakan pengikat antara individu yang melahirkan hak dan kewajiban. Untuk mengatur hubungan antara individu yang mengandung unsur pemenuhan hak dan kewajiban dalam jangka waktu lama, dalam prinsip syariah diwajibkan untuk dibuat secara tertulis yang disebut akad. ekonomi dalam Islam. Ada beberapa hukum yang menjadi landasan pemikiran dan penentuan konsep ekonomi dalam Islam.

Beberapa dasar hukum Islam tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

⁶⁷ Muhammad Abdul Mannan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997), 20-22.

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang sebagian besar berbentuk kaidah-kaidah umum; kecuali itu jumlahnya pun sedikit. Misalnya, dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 188 terdapat larangan makan harta dengan cara yang tidak sah, antara lain melalui suap yaitu sebagai berikut

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :”Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”⁶⁸

b. Hadist

Hadist memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang lebih terperinci dari pada Al-Qur'an, hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Daruquthni, dan lain – lain dari Sa'id Al-khudri ra. Bahwa Rasulullah SAW bersabda :

وَلَا تُضَارُّوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ

Artinya : “Janganlah merugikan diri sendiri dan janganlah merugikan orang lain”.⁶⁹

C. Karakteristik Ekonomi Islam

Tidak banyak yang dikemukakan dalam alquran dan banyak prinsip-prinsip yang mendasar saja, karena dasar-dasar yang sangat

⁶⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2002), 47.

⁶⁹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah, Juz 2, CD. Maktabah Kutubil Mutun*, Seri 4, 743

tepat, alquran dan sunah banyak sekali membahas tentang bagaimana seharusnya kaum muslimin berperilaku sebagai konsumen produsen dan pemilik modal, tetapi hanya sedikit system ekonomi. Ekonomi syariah menekankan kepada 4 sifat, antara lain:

- a. Kesatuan (*unity*)
- b. Keseimbangan (*equilibrium*)
- c. Kebebasan (*free will*)
- d. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, Al-Qur'an melarang Umat Islam mempergunakan cara-cara yang batil seperti dengan melakukan kegiatan riba, melakukan penipuan, mempermainkan takaran, dan timbangan, berjudi, melakukan praktik suap-menyuap, dan cara-cara batil lainnya

4. Tujuan Ekonomi Islam

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk:⁷⁰

- a. Memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia.
- b. Nilai Islam bukan semata hanya untuk kehidupan muslim saja tetapi seluruh makhluk hidup dimuka bumi.
- c. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai pada tujuan agama (*falah*)

Ekonomi Islam menjadi rahmat seluruh alam, yang tidak terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya, dan politik dari bangsa. Ekonomi Islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tanpa meninggalkan sumber teori Ekonomi Islam.

⁷⁰ Arif Zunaiddi, *Ekonomi Islam :Pengantar dalam Memahami Konsep dan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Kediri: IAIN Kediri Press, 2023

D. Konsep Pemasaran dalam Ekonomi Islam

Pemasaran atau biasanya dikenal dengan istilah *marketing* di kalangan pembisnis. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang mengarah pada kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁷¹ Pemasaran menurut AMA (*The American Marketing Association*), yaitu kegiatan bisnis yang terdapat arus produk dan jasa yang berasal dari produsen ke konsumen.⁷²

Apabila ditinjau dari pengertian umumnya, pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang mana terdapat individu/kelompok untuk mendapatkan apa yang ia butuhkan dan inginkan, cara yang digunakan seperti menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lainnya.⁷³ Pemasaran diartikan sebagai kegiatan proses menciptakan barang atau jasa, mengkomunikasikan, menyampaikan dan menawarkannya pada pelanggan.⁷⁴

Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula mendefinisikan pemasaran sebagai disiplin ilmu bisnis yang mengarahkan pada penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator ke stakeholders sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip dalam Islam.⁷⁵

Penerapan dari bisnis dan pemasaran akan terus berkembang dari level ke level berikutnya, level pertama adalah level rasional, kemudian ke

⁷¹ Philip Kotler, *Marketing, Jilid 1, Alih Bahasa: Herujati Purwoko* (Jakarta: Erlangga, 1994), 2

⁷² Muhammad Fathoni, *Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam*, Vol. 9 No. 1 Th. 2008.

⁷³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Prentice Hall, 1997), 8.

⁷⁴ Muhammad Fathoni, *Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam*, Vol. 9 No. 1 Th. 2008

⁷⁵ Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 43

arah emosional dan berakhir ke spriritual. Pada akhirnya seorang konsumen akan memperhatikan dan memilih produk atau jasa terhadap nilai spiritual yang dikehendakinya. Konsep yang diterapkan oleh pemasaran Islam menggunakan manajemen profesional, artinya pada waktu melakukan kegiatan bisnis, maka produk atau jasa yang akan dilakukan akan mendapatkan hasil sesuai porsinya. Kompetitor atau pesaing bisnis bukan menjadi penghalang yang harus ditakuti. Justru seorang kompetitor dapat dijadikan sebagai semangat dan motivasi yang berguna untuk memperbaiki kualitas pemasaran. Kompetitor juga dapat mendorong perusahaan supaya bisa bekerja lebih kreatif dalam menciptakan dan memasarkan produk.

Gambaran seperti itulah yang dapat membedakan antara pemasaran yang menerapkan bisnis Islam dan pemasaran konvensional. Salah satu tujuan dari pemasaran Islam yaitu dapat memberikan kepuasan kepada stakeholders dan konsumen yang tidak hanya fokus untuk kepuasan duniawi saja, tetapi mengarah pada kepuasan ukhrawi. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa tujuan pemasaran yang menerapkan bisnis Islam berdasarkan prinsip dan nilai-nilai Islam untuk menciptakan kepuasan duniawi dan ukhrawi.

Pada dasarnya ekonomi Islam adalah model ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral, etika, dan hukum-hukum yang terkait dengan slam. Pemasaran, sebagai aspek penting dari bisnis, juga dapat dianalisis dari perspektif yang sama. Aspek utama dari konsep

pemasaran dalam ekonomi Islam adalah pentingnya kejujuran, integritas, dan keadilan dalam berurusan. Ini mencegah penjualan barang dan jasa yang menguntungkan pelanggan dan tidak merugikan mereka, serta praktik manipulasi atau praktik penipuan yang mungkin terjadi dalam negosiasi perdagangan tradisional.

Dalam hal ini penting bagi pengguna *affiliate marketing* shopee untuk menerapkan konsep pemasaran menurut ekonomi Islam dimana di dalamnya terdapat prinsip moral, etika, kejujuran dan sesuai dengan hukum Islam agar mencegah terjadinya kerugian antara kedua belah pihak dalam menjalankan bisnis.