

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola aktivitas ekonomi masyarakat di era modern saat ini, khususnya dalam bidang perdagangan dan jasa berbasis *platform* digital. Transformasi ini melahirkan berbagai model bisnis baru, salah satunya adalah *Affiliate marketing*, yaitu sistem pemasaran di mana seseorang memperoleh imbalan berupa komisi atas jasa promosi yang berhasil menghasilkan penjualan. Model bisnis ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana transaksi dan pemasaran, termasuk melalui program *TikTok Affiliate* yang banyak diminati oleh generasi muda di Indonesia.¹

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia juga didukung oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana perdagangan elektronik (*social commerce*). Media sosial yang sebelumnya hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan kini berkembang menjadi ruang transaksi ekonomi yang melibatkan interaksi antara penjual, kreator konten, dan konsumen secara langsung. Kondisi ini mendorong lahirnya berbagai model pemasaran digital berbasis *platform* yang

¹ Muhammad Faishol, *Analisis Bisnis Affiliate Marketing pada Media Sosial dalam Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus TikTok Affiliate)* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2022), 3.

memanfaatkan pengaruh kreator konten dalam mempromosikan suatu produk kepada masyarakat luas.

Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah munculnya sistem *affiliate* marketing berbasis media sosial yang memberikan peluang bagi individu untuk memperoleh penghasilan melalui aktivitas promosi digital. Sistem ini berkembang pesat karena dianggap mampu memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya yang relatif efisien bagi pelaku usaha. Selain itu, *affiliate* marketing juga menjadi alternatif pekerjaan digital yang banyak diminati masyarakat, khususnya generasi muda, karena dapat dilakukan secara fleksibel melalui media sosial tanpa harus memiliki produk sendiri.

Dalam praktiknya, program *TikTok Affiliate* memberikan komisi kepada *afilior* dalam bentuk nominal yang dihitung berdasarkan persentase tertentu dari harga satu produk yang dipromosikan melalui konten video *afilior*. *Afilior* membuat video promosi dan mencantumkan produk tersebut melalui fitur “keranjang kuning” yang tersedia pada video. Apabila pengguna melakukan pembelian terhadap produk yang tercantum pada keranjang kuning tersebut melalui video *afilior*, maka *afilior* berhak memperoleh komisi sesuai dengan persentase yang telah ditetapkan oleh penjual (*seller*).

Kondisi tersebut menimbulkan persoalan hukum dalam Hukum Ekonomi Syariah, khususnya berkaitan dengan transparansi, kejelasan, dan kepastian *ujrah* yang diterima *afilior*. Perubahan dan pencairan komisi yang tidak selalu disertai pemberitahuan dan kesepakatan yang jelas

berpotensi menimbulkan ketidakpastian imbalan bagi *afilior*. Padahal, dalam prinsip *ujrah*, imbalan atas jasa harus diketahui secara jelas oleh para pihak agar tidak menimbulkan perselisihan dan unsur *gharar*. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis transparansi penetapan, perubahan, dan pencairan komisi dalam program *TikTok Affiliate* ditinjau dari prinsip *ujrah* dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Besaran persentase komisi tersebut ditentukan oleh penjual, sedangkan *platform TikTok* berfungsi sebagai perantara yang menyediakan sistem dan wadah transaksi. Melalui *dashboard afilior*, informasi mengenai harga produk dan persentase komisi dapat terlihat secara umum, misalnya suatu produk dengan harga Rp118.000 menampilkan komisi sebesar 10% atau setara Rp11.800. Namun, persentase komisi tersebut dapat diubah sewaktu-waktu oleh penjual (*seller*), termasuk terhadap produk yang sebelumnya telah dipromosikan. Selain itu, *afilior* tidak memperoleh penjelasan rinci mengenai dasar perubahan komisi tersebut, dan pencairan komisi biasanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu, yakni sekitar satu minggu setelah pesanan dinyatakan selesai. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi ketidakpastian dalam mekanisme penetapan dan realisasi komisi yang diterima *afilior*.

Dalam praktik ekonomi digital, komisi menjadi unsur utama yang menentukan hubungan kerja sama antara *afilior* dan penjual. *Afilior* pada dasarnya melakukan promosi berdasarkan harapan memperoleh imbalan sesuai informasi komisi yang ditampilkan pada sistem *platform*. Oleh karena itu, perubahan komisi yang dilakukan setelah *afilior*

melakukan promosi berpotensi mempengaruhi kepastian hak ekonomi afiliator. Kondisi tersebut menunjukkan adanya posisi tawar yang tidak seimbang antara penjual dan *afiliator*, karena *afiliator* tidak memiliki kewenangan untuk menentukan maupun mempertahankan besaran komisi yang sebelumnya telah ditetapkan.

Selain itu, mekanisme hubungan hukum dalam *platform* digital umumnya dilakukan melalui kontrak elektronik berbentuk syarat dan ketentuan yang disediakan secara sepihak oleh *platform*. Dalam kondisi demikian, *afiliator* cenderung hanya berada pada posisi menerima ketentuan yang telah ditetapkan tanpa adanya ruang negosiasi yang seimbang. Hal ini menimbulkan persoalan mengenai perlindungan hak *afiliator* serta kepastian hukum terhadap imbalan yang dijanjikan dalam sistem *affiliate marketing*.

Hubungan antara penjual (*seller*) dan *afiliator* dalam program tersebut pada dasarnya terbentuk melalui persetujuan elektronik yang disepakati secara digital melalui *platform*. Dalam perspektif hukum positif Indonesia, perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang mengikat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Oleh karena itu, mekanisme penetapan dan perubahan komisi dalam program *Affiliate* tidak hanya relevan dikaji dari perspektif syariah, tetapi juga harus memperhatikan prinsip kepastian dan kejelasan dalam kontrak elektronik.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, setiap bentuk transaksi muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan

prinsip-prinsip syariat Islam. Kaidah fiqh menegaskan bahwa hukum asal muamalah adalah boleh, kecuali terdapat dalil yang melarangnya. Prinsip ini membuka ruang bagi berkembangnya bentuk-bentuk transaksi modern, termasuk transaksi digital, sepanjang memenuhi unsur keadilan, kejelasan, dan kerelaan para pihak.² Islam secara tegas menghalalkan praktik jual beli dan aktivitas ekonomi yang dilakukan secara sah. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqarah: 275).³

Ayat tersebut menjadi dasar bahwa aktivitas ekonomi, termasuk pemberian jasa dan imbalan, dibenarkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur yang dilarang. Dalam konteks *Affiliate marketing*, imbalan berupa komisi yang diterima *afiliator* dapat diposisikan sebagai *ujrah* atas jasa promosi yang telah dilakukan. Oleh karena itu, penetapan *ujrah* menjadi aspek krusial yang menentukan keabsahan akad dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Dalam hukum ekonomi syariah, *ujrah* didefinisikan sebagai imbalan atau upah atas suatu jasa yang wajib ditentukan secara jelas, adil, dan disepakati oleh para pihak sejak awal akad. Kejelasan *ujrah* bertujuan untuk melindungi hak pihak pemberi jasa dan mencegah terjadinya ketidakadilan

² Wahbah al-Zuhayli, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid 4 (Damaskus: Dār al-Fikr, 2011), 7.

³ Al-Qur'an al-Karim, QS. al-Baqarah (2): 275.

dalam hubungan kontraktual. Prinsip ini sejalan dengan sabda Nabi Muhammad SAW:

اعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه

Artinya: “Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya.” (HR. Ibnu Majah).⁴

Hadis tersebut menegaskan kewajiban pemberi kerja untuk menetapkan dan memberikan *ujrah* secara adil dan tepat waktu. Dalam konteks program *TikTok Affiliate*, prinsip ini menuntut adanya transparansi dalam penetapan komisi agar *afiliator* mengetahui secara pasti hak ekonomi yang akan diterimanya atas jasa promosi yang dilakukan.

Prinsip kejelasan *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah tidak hanya berkaitan dengan nominal imbalan, tetapi juga mencakup kepastian mekanisme pembayaran, waktu pencairan, serta transparansi perubahan imbalan apabila sewaktu-waktu dilakukan penyesuaian. Kejelasan tersebut diperlukan agar tidak terjadi unsur ketidakpastian (*gharar*) yang dapat merugikan salah satu pihak dalam akad. Oleh karena itu, setiap bentuk perubahan *ujrah* pada dasarnya harus dilakukan secara transparan dan diketahui oleh para pihak yang terlibat dalam akad.

Dalam konteks transaksi digital berbasis *platform*, prinsip transparansi menjadi semakin penting karena hubungan hukum dilakukan secara elektronik tanpa adanya pertemuan langsung antara para pihak. Kondisi ini menyebabkan *afiliator* sangat bergantung pada sistem informasi

⁴ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah, Kitab al-Ahkam*, no. 2443.

yang disediakan oleh *platform* dalam mengetahui hak dan kewajibannya. Apabila informasi mengenai komisi tidak disampaikan secara jelas, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam hubungan muamalah.

Dalam konteks hukum ekonomi syariah, selain konsep *ujrah*, mekanisme pemberian komisi dalam program *TikTok Affiliate* juga memiliki kemiripan dengan akad *ju'alah*. *Ju'alah* merupakan akad pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang hasilnya belum pasti, di mana imbalan diberikan apabila pekerjaan yang disyaratkan berhasil diselesaikan. Dalam praktik *TikTok Affiliate*, *afilior* hanya memperoleh komisi apabila berhasil menghasilkan penjualan dari produk yang dipromosikan. Oleh karena itu, mekanisme ini menunjukkan karakteristik *ju'alah*, karena adanya unsur ketidakpastian hasil, namun imbalan tetap dijanjikan sejak awal. Dengan demikian, analisis terhadap praktik *TikTok Affiliate* tidak hanya dapat ditinjau dari perspektif *ujrah*, tetapi juga relevan dikaji menggunakan konsep *ju'alah* dalam hukum ekonomi syariah.

Namun dalam praktiknya, mekanisme penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* sering kali tidak disertai dengan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh *afilior*. Perubahan besaran komisi yang bergantung pada kebijakan *platform* atau sistem tertentu berpotensi menimbulkan ketidakpastian hak bagi *afilior*. Kondisi ini menimbulkan persoalan hukum dari perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya terkait pemenuhan prinsip *ujrah* yang menuntut kejelasan, kepastian, dan keadilan dalam pemberian imbalan.

Ketidaktetapan penetapan komisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum ekonomi syariah dengan praktik ekonomi digital yang berkembang di masyarakat. Dalam penelitian hukum normatif, kondisi ini dapat dikategorikan sebagai ketidakjelasan hukum dan kesenjangan antara hukum dengan fakta sosial, sehingga memerlukan kajian hukum untuk menilai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip syariah.⁵

Studi-studi lain tentang *Affiliate marketing* dalam konteks ekonomi syariah menunjukkan bahwa praktik ini bisa dikategorikan sah apabila memenuhi syarat akad *ju'alah* dan bebas dari *gharar* dan *riba*. Namun, mereka juga menyoroti tantangan etik dan hukum digital, termasuk kurangnya standar transparansi yang mengikat bagi *platform* digital besar seperti *TikTok*.

Penelitian mengenai *affiliate marketing* sebelumnya umumnya lebih banyak membahas aspek pemasaran digital, strategi promosi, dan efektivitas media sosial dalam meningkatkan penjualan. Sementara itu, kajian yang secara khusus membahas transparansi penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* ditinjau dari prinsip *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan sebagai upaya memberikan analisis hukum terhadap praktik penetapan komisi dalam platform digital berdasarkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

⁵ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat* (Bandung: Angkasa, 2009), 23.

Berdasarkan uraian tersebut, transparansi penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* menjadi isu hukum yang penting dan relevan untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mekanisme penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* ditinjau dari prinsip *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah, guna memberikan kejelasan hukum serta perlindungan terhadap hak *afiliasi* dalam praktik ekonomi digital.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme penetapan, perubahan, dan pencairan komisi dalam program *TikTok Affiliate*?
2. Bagaimana tinjauan prinsip *ujrah* terhadap mekanisme penetapan, perubahan, dan pencairan komisi dalam program *TikTok Affiliate*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mekanisme penetapan, perubahan, dan pencairan komisi dalam program *TikTok Affiliate*.
2. Untuk menganalisis transparansi penetapan, perubahan, dan pencairan komisi dalam program *TikTok Affiliate* ditinjau dari prinsip *ujrah* dalam Hukum Ekonomi Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah, khususnya dalam kajian fiqh muamalah kontemporer terkait praktik *Affiliate* marketing berbasis *platform* digital. Penelitian ini memperkaya khazanah keilmuan mengenai penerapan prinsip *ujrah*

dalam transaksi jasa digital, terutama berkaitan dengan kejelasan penetapan, perubahan, dan transparansi komisi sebagai hak *afilior*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi pengembangan kajian hukum ekonomi syariah dalam menghadapi dinamika ekonomi *platform* digital, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas transaksi digital dan sistem upah berbasis kinerja dalam perspektif hukum Islam.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Masyarakat dan *Affiliator*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman hukum kepada masyarakat, khususnya *afilior TikTok* mengenai pentingnya transparansi penetapan komisi dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Dengan demikian, *afilior* dapat lebih memahami hak dan kewajibannya serta bersikap lebih selektif dalam menjalankan aktivitas ekonomi digital agar sesuai dengan prinsip syariah.

b. Bagi Pelaku Usaha dan *Platform* Digital

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan penyelenggara *platform* digital, khususnya *TikTok*, dalam menyusun dan menerapkan kebijakan penetapan komisi yang lebih transparan, adil, dan sesuai dengan prinsip *ujrah*, sehingga menciptakan ekosistem bisnis digital yang beretika dan berlandaskan nilai syariah.

c. Bagi Regulator dan Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi regulator dan lembaga terkait, seperti Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), dalam merumuskan atau menyempurnakan pedoman fatwa yang mengatur praktik ekonomi digital dan *Affiliate* marketing agar selaras dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

E. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi oleh Fathur Rahman (2022) dengan judul Praktik *Affiliate* marketing pada *Platform e-commerce* dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah mengkaji praktik *Affiliate marketing* pada *platform e-commerce* dengan menggunakan pendekatan hukum normatif.⁶ Penelitian ini memfokuskan kajian pada kesesuaian praktik *Affiliate marketing* dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, khususnya terkait kejelasan akad dan kehalalan imbalan yang diterima *afiliator*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *Affiliate* marketing pada *platform e-commerce* pada dasarnya diperbolehkan dalam hukum ekonomi syariah selama memenuhi syarat sah akad, yaitu adanya kejelasan akad, objek yang halal, serta penetapan imbalan yang disepakati oleh para pihak. Namun, penelitian ini belum mengkaji secara spesifik mekanisme transparansi penetapan dan perubahan komisi kepada *afiliator*, serta belum mengaitkannya secara mendalam dengan prinsip *ujrah* sebagai hak *afiliator* dalam akad jasa. Penelitian ini

⁶ Fathur Rahman, *Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-Commerce dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.

memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama membahas praktik *Affiliate Marketing* dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Perbedaannya, penelitian ini bersifat umum pada praktik *Affiliate marketing* di *e-commerce* dan tidak menempatkan transparansi penetapan komisi sebagai isu hukum utama, sedangkan penelitian yang akan dilakukan secara khusus menelaah mekanisme penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* dari aspek transparansi kepada *afilior* serta pengujiannya terhadap prinsip *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah.

2. Skripsi yang dilakukan oleh Siti Kotimah dari IAIN Ponorogo dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Komisi dalam Program *TikTok Affiliate* (Studi Penelitian *content creator TikTok* di Ponorogo)” mengkaji bagaimana praktik sistem komisi yang diterapkan dalam program *TikTok Affiliate* serta kesesuaiannya dengan hukum Islam.⁷ Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada mekanisme sistem komisi yang diterapkan oleh *TikTok* kepada *content creator* serta penilaiannya menurut perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem komisi dalam program *TikTok Affiliate* pada dasarnya dapat dibenarkan dalam hukum Islam karena memenuhi unsur akad *ju'alah*, selama tidak terdapat unsur penipuan, ketidakjelasan, dan kedzaliman dalam pembagian komisi.

⁷ Siti Kotimah, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate* (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun penelitian ini telah membahas sistem komisi *TikTok Affiliate* dalam perspektif hukum Islam, penelitian ini belum mengkaji secara mendalam aspek transparansi penetapan komisi sebagai isu hukum normatif, khususnya terkait kejelasan informasi komisi yang diterima *afilior* dan potensi terjadinya *gharar* dalam praktiknya. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan dari sisi objek kajian, yaitu program *TikTok Affiliate*, serta penggunaan hukum ekonomi syariah sebagai landasan analisis. Namun demikian, penelitian yang akan dilakukan berbeda karena secara khusus menitikberatkan pada transparansi penetapan komisi serta pengujiannya terhadap prinsip keadilan *ujrah*, sehingga penelitian ini layak dan penting untuk dilakukan.

3. Skripsi oleh Ika Nurfitriani dari Institut Agama Islam Negeri Kediri dengan judul Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik *Affiliate marketing* di Era Digital membahas praktik *Affiliate marketing* dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini merumuskan permasalahan mengenai kesesuaian praktik *Affiliate marketing* dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan amanah dalam Islam, dengan fokus pada perilaku pelaku usaha dan etika bisnis dalam aktivitas pemasaran digital.⁸

⁸ Ika Nurfitriani, *Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Affiliate Marketing di Era Digital* (Skripsi, IAIN Kediri, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Affiliate* marketing diperbolehkan selama dijalankan secara jujur dan tidak menipu. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama mengkaji praktik *Affiliate* marketing dalam perspektif Islam. Namun, penelitian ini berbeda karena tidak menelaah aspek hukum akad dan mekanisme penetapan komisi secara normatif, serta tidak mengaitkannya dengan prinsip *ujrah*. Oleh karena itu, penelitian ini belum menjawab persoalan hukum mengenai transparansi komisi sebagai bagian dari hak *afilior* yang menjadi fokus utama penelitian ini.

4. Skripsi oleh Moh. Najib dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul Tinjauan Hukum Fiqh Muamalah terhadap sistem Komisi dalam Program *TikTok Affiliate* mengkaji mekanisme sistem komisi yang diterapkan dalam program *TikTok Affiliate* serta meninjaunya dari perspektif fiqh muamalah.⁹

Rumusan masalah penelitian tersebut diarahkan pada bagaimana sistem komisi dalam *TikTok Affiliate* serta bagaimana kedudukannya menurut hukum Islam, dengan pendekatan hukum normatif dan analisis akad *ju'alah* sebagai dasar pemberian komisi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sistem komisi *TikTok Affiliate* pada dasarnya diperbolehkan secara syariah karena dapat dikategorikan sebagai akad *ju'alah*.

⁹ Moh. Najib, *Tinjauan Hukum Fiqh Muamalah terhadap Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023).

Akan tetapi, penelitian ini hanya menempatkan sistem komisi secara umum sebagai objek kajian dan belum mengkaji secara mendalam mekanisme transparansi penetapan komisi kepada *afilior*, khususnya terkait kejelasan informasi, kepastian besaran komisi, dan akses *afilior* terhadap ketentuan komisi. Penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan objek yang sama, yaitu *TikTok Affiliate*, namun berbeda fokus kajian karena secara khusus menempatkan transparansi penetapan komisi sebagai isu hukum utama dan mengujinya menggunakan prinsip keadilan *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah.

5. Tesis oleh Muhammad Faishol dari UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Analisis Bisnis *Affiliate* marketing pada Media Sosial dalam Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus *TikTok Affiliate*)”. Penelitian ini mengkaji praktik *Affiliate* marketing pada media sosial dengan menitikberatkan pada kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah.¹⁰ Rumusan masalah dalam penelitian ini berkisar pada bagaimana mekanisme *Affiliate* marketing diterapkan serta bagaimana kesesuaiannya dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan dalam pemasaran syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Affiliate* marketing dapat diterima dalam perspektif syariah selama memenuhi prinsip transparansi, kejujuran, dan tidak mengandung unsur *gharar* maupun penipuan.

¹⁰ Muhammad Faishol, *Analisis Bisnis Affiliate Marketing pada Media Sosial dalam Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus TikTok Affiliate)* (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023).

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun penelitian ini telah mengkaji *Affiliate marketing* dalam perspektif syariah secara komprehensif, penelitian ini belum secara spesifik membahas transparansi penetapan komisi sebagai persoalan hukum normatif, serta belum mengaitkannya secara langsung dengan konsep *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan dari sisi pembahasan *Affiliate marketing* dan penggunaan prinsip-prinsip syariah sebagai dasar analisis. Namun penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus yang berbeda, yaitu mengkaji transparansi penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* dengan menitikberatkan pada prinsip keadilan *ujrah*, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan dan relevansi akademik yang kuat.

F. Landasan Teori

1. Transaksi Muamalah dalam Hukum Islam

Muamalah merupakan aturan Islam yang mengatur hubungan antar manusia dalam bidang ekonomi dan sosial, termasuk transaksi jual beli dan pemberian jasa. Dalam hukum Islam, muamalah memiliki ruang lingkup yang luas dan dinamis, menyesuaikan dengan perkembangan kebutuhan manusia. Prinsip dasar muamalah adalah kebolehan, selama tidak terdapat dalil yang melarang serta tidak

mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat Islam.¹¹ Hal ini ditegaskan dalam kaidah fiqih:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: "Pada dasarnya segala bentuk muamalah itu boleh, kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya."¹²

Kaidah tersebut menunjukkan bahwa bentuk transaksi modern, termasuk transaksi berbasis digital seperti *Affiliate* marketing, pada prinsipnya diperbolehkan sepanjang memenuhi ketentuan syariah, khususnya kejelasan akad, keadilan imbalan, dan kerelaan para pihak.

2. Akad dalam Transaksi Ekonomi Digital

Akad merupakan unsur fundamental dalam setiap transaksi ekonomi syariah. Akad adalah perikatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Dalam konteks muamalah, akad diwujudkan melalui adanya ijab dan qabul yang menunjukkan kesepakatan para pihak.¹³

Selain itu, akad dalam hukum ekonomi syariah tidak hanya dipahami sebagai hubungan hukum formal, tetapi juga mengandung nilai moral dan etika. Akad harus dilaksanakan dengan itikad baik, kejujuran, serta keterbukaan agar tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Oleh karena itu, Islam menekankan pentingnya transparansi dan kejelasan informasi dalam setiap transaksi ekonomi.

¹¹ St. Salehah Madjid, "Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2018): 1–12.

¹² Wahbah al-Zuhayli, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid 4 (Damaskus: Dār al-Fikr, 2011), 7.

¹³ Nurul Huda, "Prinsip Akad dalam Transaksi Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2018): 45–56.

Seiring perkembangan teknologi informasi, bentuk akad mengalami perkembangan yang signifikan. Akad tidak lagi hanya dilakukan secara lisan atau tatap muka, tetapi juga dapat dilakukan melalui media elektronik dan *platform* digital. Perkembangan perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah melahirkan berbagai bentuk transaksi modern yang memanfaatkan internet sebagai sarana utama dalam melakukan hubungan hukum antara para pihak.

Para ulama kontemporer pada umumnya sepakat bahwa akad elektronik tetap sah secara syariah selama memenuhi rukun dan syarat akad, yaitu adanya para pihak yang berakad, objek akad yang jelas, tujuan akad yang dibenarkan syariat, serta adanya kesepakatan yang didasarkan pada kerelaan (*taradi*). Dengan demikian, penggunaan media digital tidak menghilangkan keabsahan akad selama substansi dan prinsip-prinsip syariahnya tetap terpenuhi.

Seiring perkembangan teknologi, akad tidak selalu dilakukan secara lisan atau tatap muka, tetapi juga dapat dilakukan melalui sarana digital. Para ulama kontemporer sepakat bahwa akad elektronik tetap sah secara syariah selama memenuhi rukun dan syarat akad, yaitu adanya para pihak, objek akad yang jelas, serta kesepakatan yang didasarkan pada kerelaan.¹⁴ Hal ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW:

إِذَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

¹⁴ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), 102.

Artinya: “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan atas dasar saling ridha.” (HR. Ibnu Majah).¹⁵

Hadis ini menegaskan bahwa syarat sah suatu transaksi jual beli dalam Islam adalah adanya kerelaan (*taradin*) dari kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli. Kerelaan tersebut menunjukkan adanya kesepakatan tanpa paksaan, penipuan, atau ketidakjelasan informasi yang dapat merugikan salah satu pihak.

Dalam praktik transaksi ekonomi digital, prinsip *tarādī* menjadi sangat penting karena para pihak tidak bertemu secara langsung. Oleh karena itu, sistem digital harus mampu menyediakan informasi yang jelas, transparan, dan mudah dipahami agar para pihak benar-benar mengetahui hak dan kewajibannya sebelum menyetujui suatu transaksi.

Dalam konteks *Affiliate marketing* seperti program *TikTok Affiliate*, hubungan hukum antara penjual dan afiliator terbentuk melalui akad elektronik yang dilakukan melalui sistem *platform* digital. Persetujuan terhadap syarat dan ketentuan penggunaan *platform*, mekanisme komisi, dan sistem kerja sama dilakukan secara elektronik melalui akun pengguna pada aplikasi *TikTok Shop*.

Namun demikian, keabsahan akad elektronik dalam perspektif hukum ekonomi syariah tidak hanya ditentukan oleh adanya persetujuan formal, tetapi juga oleh terpenuhinya prinsip transparansi dan kejelasan informasi. *Afiliator* harus mengetahui secara jelas besaran komisi, syarat

¹⁵ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab al-Tijarat, no. 2185.

memperoleh komisi, mekanisme pembayaran, serta kemungkinan perubahan kebijakan yang dapat mempengaruhi hak ekonominya.

3. Konsep Akad *Ju'alah* dalam Hukum Ekonomi Syariah

Ju'alah adalah akad pemberian imbalan atas suatu pekerjaan tertentu yang hasilnya belum pasti. Dalam akad ini, pemberi pekerjaan menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak yang berhasil menyelesaikan pekerjaan yang dimaksud.¹⁶ Akad *Ju'alah* banyak diterapkan dalam praktik ekonomi modern, seperti sistem komisi, bonus berbasis kinerja, dan *Affiliate marketing*. Dasar kebolehan dalam akad *ju'alah* terdapat dalam Al-quran surah Yusuf ayat 72:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya: “Mereka berkata ‘Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan seberat beban unta, dan aku menjamin hal itu.’”(QS. Yusuf: 72).¹⁷

Ayat ini menunjukkan kebolehan janji imbalan atas suatu pekerjaan yang hasilnya belum pasti, selama imbalan tersebut ditetapkan secara jelas. Dalam konteks *TikTok Affiliate*, komisi yang diberikan kepada *afilior* atas keberhasilan menjual produk memiliki karakteristik yang sejalan dengan akad *ju'alah*.

Selain berdasarkan Al-Qur'an, para ulama juga membolehkan akad *ju'alah* karena mengandung unsur tolong-menolong dan kemaslahatan dalam kehidupan masyarakat. Akad ini banyak digunakan

¹⁶ Ahmad Wardi Muslich, “Konsep *Ju'alah* dalam Fiqh Muamalah dan Implementasinya pada Sistem Imbalan,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 145–160.

¹⁷ Al-Qur'an al-Karim, QS. Yusuf (12): 72.

dalam praktik muamalah modern, terutama pada pekerjaan yang berbasis target atau hasil tertentu. Oleh karena itu, *ju'alah* berkembang dalam berbagai bentuk transaksi kontemporer, seperti pemberian bonus, reward, komisi pemasaran, sayembara, hingga system *Affiliate marketing* dalam *platform* digital.

Dalam praktik hukum ekonomi syariah, akad *ju'alah* memiliki beberapa unsur penting, yaitu adanya pihak pemberi imbalan (*ja'il*), pihak pelaksana pekerjaan (*'amil*), pekerjaan yang diperintahkan, dan imbalan (*ju'l*) yang dijanjikan. Imbalan dalam akad *ju'alah* harus diketahui secara jelas agar tidak menimbulkan unsur *gharar* atau ketidakjelasan dalam akad.

Dalam konteks *TikTok Affiliate*, hubungan antara penjual dan afiliator memiliki karakteristik yang sejalan dengan akad *ju'alah*. Penjual sebagai pemilik produk menjanjikan komisi tertentu kepada afiliator apabila berhasil menghasilkan penjualan melalui promosi yang dilakukan. Dalam sistem ini, *afiliator* tidak memperoleh komisi apabila tidak terjadi transaksi penjualan, sehingga pemberian imbalan benar-benar bergantung pada keberhasilan pekerjaan yang dilakukan.

Selain itu, mekanisme komisi dalam *TikTok Affiliate* juga menunjukkan adanya orientasi pada hasil (*performance-based*). *Afiliator* memperoleh imbalan berdasarkan keberhasilan menarik konsumen untuk membeli produk melalui tautan atau promosi yang dilakukan. Karakteristik tersebut sejalan dengan konsep *ju'alah* dalam

fiqh muamalah, yaitu pemberian imbalan atas keberhasilan mencapai target tertentu.

Meskipun demikian, agar akad *ju'alah* dalam praktik *TikTok Affiliate* tetap sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah, penetapan komisi harus dilakukan secara transparan dan tidak mengandung unsur ketidakjelasan. Kejelasan besaran komisi, syarat memperoleh komisi, dan mekanisme pembayarannya menjadi bagian penting untuk menjaga keadilan dan kepastian hak para pihak.

Dengan demikian, akad *ju'alah* dalam hukum ekonomi syariah dapat menjadi landasan dalam memahami mekanisme pemberian komisi dalam program *TikTok Affiliate*. Komisi yang diberikan kepada *afilior* atas keberhasilan menghasilkan penjualan menunjukkan adanya kesesuaian karakteristik dengan akad *ju'alah*, khususnya karena imbalan diberikan berdasarkan hasil pekerjaan yang dicapai.

4. Konsep *Ujrah* dalam Hukum Ekonomi Syariah

Ujrah merupakan imbalan atau upah yang diberikan atas jasa atau pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam hukum ekonomi syariah, *ujrah* menjadi bagian penting dalam akad yang berbasis jasa, seperti *ijarah*, *ju'alah*, maupun bentuk kerja sama modern yang melibatkan pemberian imbalan atas suatu pekerjaan tertentu. Keberadaan *ujrah* menunjukkan adanya penghargaan terhadap hak ekonomi seseorang atas jasa yang telah diberikan. Kejelasan *ujrah*

bertujuan untuk memberikan kepastian hukum serta melindungi hak pihak penerima jasa.¹⁸

Secara umum, *ujrah* dipahami sebagai hak yang wajib dipenuhi oleh pihak pemberi pekerjaan kepada pihak yang melaksanakan pekerjaan. Oleh karena itu, Islam menempatkan pemberian *ujrah* sebagai bagian dari prinsip keadilan dan perlindungan hak dalam transaksi muamalah. Rasulullah SAW bersabda:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ

Artinya: “Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya.” (HR. Ibnu Majah).¹⁹

Hadis ini menegaskan kewajiban memberikan upah secara adil dan tidak menunda hak pekerja. Dalam konteks *Affiliate* marketing, prinsip *ujrah* menuntut agar komisi sebagai bentuk upah atas jasa promosi ditentukan secara transparan dan dapat diketahui oleh *afiliator* sejak awal.²⁰

Dalam hukum ekonomi syariah, *ujrah* harus memenuhi beberapa prinsip penting, yaitu adanya kejelasan besaran imbalan, kejelasan waktu pembayaran, kerelaan para pihak (*taradi*), serta tidak mengandung unsur *gharar* atau ketidakpastian. Kejelasan *ujrah* menjadi syarat penting agar akad terhindar dari perselisihan dan ketidakadilan di kemudian hari. Oleh karena itu, para ulama fiqh menegaskan bahwa

¹⁸ Muhammad Syafi’i Antonio, “Konsep Ujrah dalam Akad Ijarah dan Implementasinya pada Lembaga Keuangan Syariah,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 6, no. 2 (2016): 123–134.

¹⁹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab al-Ruhn, no. 2443.

²⁰ Ahmad Wardi Muslich, “Konsep Ujrah dalam Akad Ijarah dan Implementasinya pada Ekonomi Syariah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2019): 97–110.

upah harus diketahui secara jelas sejak awal akad berlangsung. Dalam praktik hukum ekonomi syariah, *ujrah* dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *ujrah musamma* dan *ujrah mitsli*:

a. *Ujrah Musamma*

Ujrah musamma adalah imbalan atau upah yang telah ditentukan secara jelas dan disepakati oleh para pihak sejak awal akad berlangsung. Dalam jenis *ujrah* ini, besaran imbalan telah diketahui secara pasti, baik dalam bentuk nominal, persentase, maupun bentuk tertentu lainnya. Kejelasan tersebut menjadi dasar terciptanya kepastian hukum dan keadilan dalam hubungan muamalah.

Dalam praktik akad *ijarah* maupun *ju'alah*, *ujrah musamma* sering digunakan karena memberikan kepastian hak dan kewajiban bagi para pihak. Penentuan imbalan sejak awal juga memudahkan pihak penerima jasa untuk memahami manfaat ekonomi yang akan diperoleh dari pekerjaan yang dilakukan.

Dalam konteks transaksi digital seperti *TikTok Affiliate*, komisi yang ditampilkan dalam bentuk persentase tertentu sebelum *afiliasi* melakukan promosi dapat dikategorikan sebagai *ujrah musamma*. Hal ini karena besaran komisi telah diketahui oleh *afiliasi* sejak awal, sehingga terdapat kejelasan mengenai imbalan yang akan diterima apabila berhasil menghasilkan penjualan.

Dengan demikian, konsep *ujrah musamma* memiliki keterkaitan erat dengan prinsip transparansi dan kepastian dalam

akad. Semakin jelas suatu imbalan ditetapkan, maka semakin kecil kemungkinan munculnya perselisihan atau ketidakadilan di antara para pihak.

b. *Ujrah Mitsli*

Ujrah mitsli adalah imbalan yang tidak ditentukan secara eksplisit dalam akad, tetapi penentuannya didasarkan pada kebiasaan, standar umum, atau praktik yang berlaku di masyarakat (*'urf*). Dalam kondisi ini, besaran upah ditentukan berdasarkan nilai jasa yang lazim diberikan terhadap pekerjaan sejenis.

Ujrah mitsli biasanya digunakan ketika suatu akad tidak menjelaskan secara rinci besaran imbalan, namun pekerjaan tetap dilaksanakan dan secara hukum pihak yang bekerja tetap berhak memperoleh kompensasi yang wajar. Penentuan *ujrah mitsli* dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pekerjaan, manfaat jasa, kebiasaan yang berlaku, dan standar upah di lingkungan masyarakat.

Dalam fiqh muamalah, keberadaan *ujrah mitsli* menunjukkan bahwa Islam tetap memberikan perlindungan terhadap hak pekerja meskipun besaran upah tidak disebutkan secara rinci dalam akad. Namun demikian, dibandingkan *ujrah musamma*, *ujrah mitsli* memiliki tingkat kepastian yang lebih rendah karena bergantung pada penilaian terhadap standar umum yang berlaku.

Apabila dikaitkan dengan program *TikTok Affiliate*, mekanisme komisi pada dasarnya lebih dekat dengan konsep *ujrah musamma* karena besaran komisi telah dicantumkan secara jelas dalam sistem *platform*. Akan tetapi, apabila terjadi perubahan komisi secara sepihak tanpa pemberitahuan yang jelas, maka kondisi tersebut dapat mengurangi kepastian *ujrah* dan berpotensi menimbulkan ketidakjelasan dalam akad.

Selain itu, prinsip *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah juga menekankan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam hubungan kerja sama. Pihak yang telah memberikan jasa atau tenaga berhak memperoleh imbalan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, perubahan imbalan secara sepihak tanpa persetujuan pihak penerima jasa dapat bertentangan dengan prinsip keadilan dalam muamalah.

Ketentuan mengenai *ujrah* juga ditegaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah* yang menyatakan bahwa *ujrah* harus berupa sesuatu yang jelas, diketahui jumlahnya, serta disepakati oleh para pihak pada saat akad berlangsung. Ketentuan ini menunjukkan bahwa kejelasan *ujrah* merupakan syarat penting untuk menciptakan kepastian hukum dan menghindari perselisihan dalam akad syariah.

Dengan demikian, konsep *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah tidak hanya berkaitan dengan pemberian upah semata, tetapi

juga mencakup prinsip transparansi, keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan hak para pihak dalam transaksi. Dalam konteks penelitian ini, prinsip *ujrah* menjadi landasan penting untuk menganalisis mekanisme penetapan dan perubahan komisi dalam program *TikTok Affiliate*, khususnya terkait kejelasan dan kepastian imbalan yang diterima *afiliasi*.

5. Prinsip Transparansi dalam Penetapan *Ujrah*

Transparansi merupakan prinsip penting dalam hukum ekonomi syariah karena berkaitan langsung dengan keadilan dan kepastian hak. Penetapan *ujrah* yang tidak transparan berpotensi menimbulkan ketimpangan posisi hukum antara para pihak, khususnya dalam transaksi jasa berbasis *platform* digital.²¹

Para ulama fiqh menegaskan bahwa salah satu syarat sah *ujrah* adalah adanya kejelasan mengenai bentuk, jumlah, dan mekanisme pembayarannya. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam kaidah fiqh:

وَلَا تَصِحُّ الْإِجَارَةُ إِلَّا بِأَجْرٍ مَعْلُومَةٍ

Artinya: “Tidak sah akad *ijarah* kecuali dengan upah yang diketahui.”²²

Kaidah tersebut menunjukkan bahwa kejelasan *ujrah* menjadi syarat utama dalam akad yang berbasis jasa. Upah atau imbalan harus diketahui secara pasti agar para pihak memiliki kepastian mengenai hak dan kewajibannya masing-masing. Dengan demikian, transparansi

²¹ Nurul Huda, “Transparansi dan Keadilan dalam Penetapan Ujrah pada Akad Ijarah Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (2020): 33–48.

²² Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, jilid 5 (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), 3804.

dalam penetapan *ujrah* merupakan bagian dari upaya menjaga keadilan dalam transaksi muamalah.

Selain itu, prinsip transparansi juga berkaitan dengan konsep *taradi* (saling ridha) dalam akad. Kerelaan para pihak hanya dapat terwujud apabila informasi mengenai objek akad, hak, kewajiban, serta imbalan disampaikan secara jelas dan tidak disembunyikan. Apabila salah satu pihak tidak mengetahui secara pasti mekanisme atau besaran *ujrah* yang akan diterima, maka akad berpotensi mengandung unsur ketidakadilan.

Dalam praktik ekonomi digital, prinsip transparansi menjadi semakin penting karena hubungan hukum dilakukan melalui sistem elektronik dan *platform* digital. Para pihak umumnya tidak bertemu secara langsung, sehingga seluruh informasi mengenai akad bergantung pada sistem yang disediakan oleh *platform*.

Oleh karena itu, *platform* digital memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang jelas, terbuka, dan mudah dipahami oleh pengguna. Penetapan *ujrah* yang tidak transparan dalam sistem digital berpotensi menimbulkan ketimpangan posisi hukum antara para pihak, khususnya karena pengguna *platform* berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan penyedia sistem. Kondisi tersebut dapat menyebabkan salah satu pihak tidak memperoleh kepastian mengenai hak ekonominya secara utuh.

Para ahli hukum ekonomi syariah menegaskan bahwa kejelasan informasi mengenai besaran upah, syarat perolehan, dan mekanisme

perhitungan imbalan merupakan bagian dari pemenuhan prinsip keadilan dalam akad muamalah. Dalam program *TikTok Affiliate*, transparansi penetapan komisi menjadi syarat penting agar *afilior* dapat memahami hak dan kewajibannya secara utuh.²³

6. Transaksi Elektronik dalam Perspektif UU ITE

Transaksi elektronik dalam hukum positif Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Undang-undang ini memberikan dasar hukum terhadap keabsahan perbuatan hukum yang dilakukan melalui media elektronik, termasuk perjanjian dan transaksi berbasis *platform* digital.

Pasal 1 angka 2 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya”. Ketentuan ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi digital, termasuk program *Affiliate Marketing* yang dijalankan melalui *platform TikTok* merupakan bentuk perbuatan hukum yang diakui secara sah oleh hukum positif.²⁴

Pada Pasal 18 ayat (1) UU ITE menegaskan bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”. Ketentuan ini menunjukkan bahwa perjanjian yang dibuat secara

²³ Akhmad Mujahidin, “Prinsip Keadilan dan Keterbukaan Informasi dalam Akad Muamalah di Era Digital,” *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2019): 121–136

²⁴ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 1 angka 2.

elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional, sepanjang memenuhi unsur kesepakatan dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.²⁵

Dalam konteks program *TikTok Affiliate*, hubungan hukum antara *platform* atau penjual dengan *afiliasi* dibentuk melalui kontrak elektronik berupa syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang disetujui secara digital. Oleh karena itu, mekanisme penetapan komisi dalam program tersebut secara hukum positif harus memenuhi prinsip kepastian hukum, transparansi, dan keadilan sebagaimana dituntut dalam perjanjian elektronik.²⁶

Ketentuan UU ITE ini relevan untuk dianalisis secara normatif dengan prinsip *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah. Prinsip *ujrah* menuntut kejelasan dan keadilan dalam penetapan imbalan atas jasa yang diberikan. Apabila dalam kontrak elektronik terdapat perubahan komisi secara sepihak tanpa kejelasan dan persetujuan *afiliasi*, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan persoalan hukum baik menurut hukum positif maupun menurut hukum ekonomi syariah.²⁷

7. Ketentuan *Ujrah* dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 56/DSN-MUI/V/2007 tentang *Review Ujrah*

²⁵ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 18 ayat (1)

²⁶ Edmon Makarim, "Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi Perdagangan Melalui Internet di Indonesia," *Jurnal Hukum & Pembangunan* 39, no. 3 (2009): 305–320.

²⁷ Rika Ratna Permata dan Budi Agus Riswandi, "Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi Elektronik (E-Commerce) Berdasarkan UU ITE," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 24, no.1 (2017): 46–64.

Konsep *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah merujuk pada imbalan atau upah yang diberikan atas suatu jasa atau pekerjaan yang dilakukan oleh pihak tertentu. Dalam praktik muamalah kontemporer, *ujrah* menjadi unsur penting dalam akad yang berbasis jasa, termasuk akad yang melibatkan pemberian komisi atas suatu hasil kerja. Kejelasan mengenai besaran dan mekanisme *ujrah* menjadi syarat sahnya akad agar terhindar dari unsur ketidakpastian (*gharar*) dan ketidakadilan.

Ketentuan mengenai *ujrah* secara normatif diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 56/DSN-MUI/V/2007 tentang Ketentuan *Review Ujrah*.²⁸ Dalam fatwa tersebut ditegaskan bahwa pada prinsipnya *ujrah* harus disepakati pada saat akad dilangsungkan. Kesepakatan tersebut mencakup besaran *ujrah* serta mekanisme pembayarannya. Kejelasan ini menjadi bagian dari prinsip transparansi dan kepastian hukum dalam akad syariah.

Fatwa tersebut memperbolehkan adanya peninjauan ulang (*review*) terhadap besaran *ujrah* dalam kondisi tertentu. Namun, perubahan tersebut tidak dapat dilakukan secara sepihak, melainkan harus berdasarkan kesepakatan para pihak serta tetap memperhatikan prinsip keadilan dan kemaslahatan. Dengan demikian, meskipun syariah memberikan ruang fleksibilitas terhadap perubahan *ujrah*, perubahan

²⁸ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 56/DSN-MUI/V/2007 tentang Ketentuan Review Ujrah* (Jakarta: DSN-MUI, 2007).

tersebut tidak boleh merugikan salah satu pihak atau menimbulkan ketidakjelasan dalam akad.

Dalam konteks praktik ekonomi digital, ketentuan ini menjadi relevan untuk menganalisis mekanisme perubahan komisi dalam suatu sistem pemasaran berbasis afiliasi. Apabila komisi sebagai bentuk *ujrah* dapat diubah sewaktu-waktu tanpa persetujuan pihak penerima *ujrah*, maka hal tersebut berpotensi bertentangan dengan prinsip kesepakatan dan kejelasan sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 56/DSN-MUI/V/2007. Oleh karena itu, fatwa ini dapat dijadikan landasan normatif dalam menilai kesesuaian praktik perubahan komisi dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Landasan konseptual penelitian ini dibangun dengan menempatkan transparansi penetapan *ujrah* sebagai variabel kunci dalam menilai kesesuaian praktik *TikTok Affiliate* dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Transparansi dipahami sebagai keterbukaan informasi mengenai besaran komisi, mekanisme perhitungan, serta syarat perolehan *ujrah* yang dapat diakses dan dipahami oleh *afilior* sebelum dan selama akad berlangsung.²⁹

Ketidakttransparanan penetapan *ujrah* berpotensi menimbulkan ketimpangan posisi hukum antara para pihak, khususnya karena *afilior* berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan *platform* digital. Dalam kajian hukum ekonomi syariah kontemporer, kondisi ini

²⁹ Nurul Huda, "Transparansi dan Keadilan dalam Penetapan Ujrah pada Akad Ijarah Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (2020): 33-48

dipandang bertentangan dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum dalam akad muamalah.³⁰

Dengan demikian, kerangka teoritis dan konseptual penelitian ini menempatkan akad *Ju'alah* sebagai dasar hubungan hukum dalam program *TikTok Affiliate*, sementara prinsip *ujrah* digunakan sebagai tolak ukur utama untuk menilai keabsahan dan keadilan mekanisme penetapan komisi. Transparansi penetapan *ujrah* diposisikan sebagai syarat yang menentukan apakah praktik *Affiliate marketing* tersebut telah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah atau justru menimbulkan cacat dalam pelaksanaan akad.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang menelaah hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat, baik yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, fatwa, putusan pengadilan, maupun doktrin-doktrin hukum. Penelitian ini tidak meneliti perilaku manusia secara empiris, melainkan memfokuskan kajian pada norma hukum ekonomi syariah yang mengatur transaksi muamalah, khususnya terkait prinsip *ujrah* dalam penetapan komisi program *TikTok Affiliate*.

2. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

³⁰ Akhmad Mujahidin, "Prinsip Keadilan dan Kepastian Hukum dalam Akad Muamalah di Era Digital," *Alliqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2019): 121–136.

Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan transaksi muamalah dan ekonomi syariah, khususnya yang relevan dengan praktik *Affiliate marketing*. Pendekatan ini mencakup pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan nasional, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE), yang mengatur transaksi elektronik, sistem elektronik, serta aspek legalitas perjanjian digital.

Selain itu, pendekatan ini juga menelaah ketentuan hukum Islam yang bersifat normatif, seperti fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang mengatur akad-akad muamalah, antara lain akad *ju'alah*, *ujrah*, serta prinsip-prinsip umum muamalah syariah yang menjadi dasar penilaian kehalalan dan kesesuaian praktik *Affiliate marketing* dengan hukum ekonomi syariah.

b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*)

Pendekatan dengan mengkaji konsep-konsep dan doktrin hukum yang berkembang dalam fiqh muamalah dan hukum ekonomi syariah, seperti konsep *ujrah*, keadilan upah, transparansi akad, serta akad *ju'alah*. Pendekatan ini digunakan karena tidak seluruh aspek transaksi *Affiliate marketing* diatur secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan.

3. Sumber Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama hukum Islam, fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSNMUI) yang berkaitan dengan *ju'alah*, *ujrah* serta prinsip-prinsip muamalah syariah dalam transaksi kontemporer. Selain itu, bahan hukum primer juga mencakup peraturan perundang-undangan yang relevan, khususnya Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur legalitas transaksi elektronik dan perjanjian digital sebagai dasar normatif dalam menilai praktik *Affiliate* marketing berbasis *platform* digital.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan dan pemahaman terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum ini meliputi buku-buku fiqh muamalah, buku hukum ekonomi syariah, jurnal ilmiah, skripsi dan tesis, serta karya ilmiah lain yang membahas akad *ju'alah*, *ujrah*, transparansi transaksi, dan praktik ekonomi digital dalam perspektif hukum Islam. Bahan hukum sekunder digunakan untuk memperkuat analisis normatif serta memberikan interpretasi akademik terhadap penerapan prinsip *ujrah* dalam penetapan komisi program *TikTok Affiliate*.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*). Metode ini digunakan karena penelitian bersifat hukum normatif yang menelaah hukum sebagai norma, kaidah, dan prinsip yang berlaku dalam hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan praktik penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate*.

Bahan hukum yang dikumpulkan terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW sebagai sumber utama hukum Islam, fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan transaksi ekonomi digital dan *Affiliate* marketing. Sementara itu, bahan hukum sekunder mencakup buku-buku fiqih muamalah, jurnal hukum ekonomi syariah, skripsi, tesis, dan artikel ilmiah yang membahas akad *ju'alah*, *ujrah*, *gharar*, serta transparansi dalam transaksi ekonomi syariah.

Seluruh bahan hukum yang telah dikumpulkan kemudian diinventarisasi, diklasifikasikan, dan disistematisasi secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Proses ini dilakukan untuk memudahkan analisis hukum secara kualitatif dan preskriptif dalam menilai kesesuaian mekanisme penetapan komisi program *TikTok Affiliate* dengan prinsip keadilan *ujrah* dalam hukum ekonomi syariah.

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis preskriptif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menelaah dan menafsirkan bahan hukum primer dan sekunder secara mendalam untuk memahami norma, asas, dan doktrin hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan *ju'alah*, *ujrah*, dalam transaksi muamalah.

Metode analisis preskriptif digunakan untuk memberikan argumentasi hukum terhadap mekanisme penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate*. Dalam analisis ini, norma-norma hukum Islam, fatwa DSN-MUI, serta pendapat para ulama dan sarjana hukum ekonomi syariah dijadikan dasar untuk menilai kesesuaian praktik penetapan komisi dengan prinsip kejelasan akad, keadilan *ujrah*.

Hasil analisis tersebut diarahkan untuk memberikan penilaian normatif mengenai apakah mekanisme penetapan komisi dalam program *TikTok Affiliate* telah memenuhi prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk merumuskan apa yang seharusnya menurut hukum Islam terhadap praktik penetapan komisi dalam transaksi *Affiliate* marketing berbasis digital.