

SISTEM PEMBERIAN KOMISI PADA TIKTOK AFFILIATE BERDASARKAN FATWA DSN-MUI NO.144 DSN-MUI/XII/2021

Ummu Umayyah¹, Inti Ulfi Sholichah²

Institut Binamadani Indonesia^{1,2}

Ummuumayyah344@gmail.com¹, intiulfisholichah@stai-binamadani.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme pemberian komisi pada program TikTok Affiliate berdasarkan prinsip syariah yang diatur dalam Fatwa DSN-MUI No.144/DSN-MUI/XII/2021, serta mengkaji kesesuaiannya dengan kaidah fiqh muamalah. Penelitian ini juga menelaah penerapan akad *ju'alah* dalam sistem afiliasi digital serta implikasinya terhadap perlindungan hukum bagi afiliator. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*), yang menghimpun data dari literatur primer berupa Fatwa DSN-MUI No.144/XII/2021 dan sumber sekunder berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan. Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-analisis untuk memperoleh gambaran komprehensif terkait praktik pemberian komisi di TikTok Affiliate. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem komisi pada TikTok Affiliate pada dasarnya sesuai dengan prinsip akad *ju'alah*, di mana imbalan diberikan atas keberhasilan kerja yang telah disepakati. Namun, ditemukan beberapa aspek yang memerlukan peninjauan ulang, seperti kejelasan akad, transparansi promosi, dan perlindungan hukum bagi afiliator sebagai pihak yang relatif lemah. Penerapan prinsip syariah yang lebih optimal diharapkan dapat menciptakan sistem afiliasi yang adil, aman, dan terpercaya bagi semua pihak. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan literatur hukum ekonomi syariah di bidang perdagangan digital, serta memberikan kesadaran kepada pelaku usaha dan masyarakat Muslim akan pentingnya menerapkan prinsip syariah dalam aktivitas bisnis online, khususnya terkait pemberian komisi dalam program afiliasi.

Kata Kunci : Pemberian Komisi, Afiliator Tiktok, Fatwa DSN-MUI

Abstract: *This study aims to analyze the commission-paying mechanism in the TikTok Affiliate program based on sharia principles stipulated in DSN-MUI Fatwa No. 144/DSN-MUI/XII/2021, and to assess its compliance with the principles of Islamic jurisprudence (fiqh) in muamalah (Islamic transactions). This study also examines the application of the ju'alah contract in the digital affiliate system and its implications for legal protection for affiliates. This study employed a qualitative approach using library research, collecting data from primary literature in the form of DSN-MUI Fatwa No. 144/XII/2021 and secondary sources in the form of books, journals, scientific articles, and relevant previous research. The data were analyzed using a descriptive-analytical approach to obtain a comprehensive overview of commission-paying practices in TikTok Affiliate. The research results indicate that the commission system on TikTok Affiliate is fundamentally in accordance with the principles of the ju'alah contract, where rewards are awarded for agreed-upon work success. However, several aspects were identified that require review, such as the clarity of the contract, promotional transparency, and legal protection for affiliates, who are considered a relatively weak party. Optimal implementation of Sharia principles is expected to create a fair, safe, and trustworthy affiliate system for all parties. The results of this research are expected to serve as a reference for the development of Sharia economic law literature in the field of digital commerce, as well as raise awareness among business actors and the Muslim community about the importance of implementing Sharia principles in online business activities, particularly regarding commission payments in affiliate programs.*

Keyword: *Commission Payment, TikTok Affiliate, Fatwa DSN-MUI*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, terutama dalam sektor ekonomi. Inovasi-inovasi berbasis digital tidak hanya mempermudah akses terhadap berbagai informasi, tetapi juga turut mengubah pola interaksi manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi, seperti jual beli, promosi produk, dan pengelolaan bisnis. Salah satu inovasi

digital yang saat ini sedang berkembang pesat adalah platform media sosial berbasis *e-commerce*, seperti TikTok Shop. Di dalamnya terdapat sistem pemasaran afiliasi atau yang dikenal dengan sebutan TikTok Affiliate, yang menawarkan peluang ekonomi baru bagi masyarakat secara luas tanpa harus memiliki produk atau modal besar.¹ Dalam era digital saat ini, pemanfaatan internet telah menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan. Salah satu bentuk pemanfaatan internet di bidang ekonomi adalah *e-commerce*, yaitu suatu sistem yang memungkinkan proses pembelian, penjualan, dan promosi produk atau jasa dilakukan melalui berbagai platform digital seperti televisi, radio, dan perangkat komputer.² *E-commerce* mencakup berbagai jenis transaksi yang berbasis internet, memungkinkan masyarakat untuk melakukan aktivitas jual beli secara lebih efisien tanpa terikat oleh batasan lokasi atau waktu.³ Dalam hukum Islam, prinsip dasar dalam muamalah adalah kebolehan atau kehalalan suatu transaksi selama tidak ada larangan atau ketentuan yang menyatakan sebaliknya. Artinya, segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk jual beli, pada dasarnya diperbolehkan kecuali terdapat dalil yang melarangnya. Jika kita mengkaji ilmu fiqh muamalah secara lebih mendalam, maka akan terlihat bahwa suatu transaksi jual beli dianggap sah apabila memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan dalam hukum Islam.⁴ Syarat dan rukun ini mencakup adanya pihak yang bertransaksi, objek yang diperjualbelikan, serta akad yang dilakukan dengan cara yang benar sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konteks program afiliasi, sistem kerja sama antara *merchant* dan mitra afiliasi mencerminkan mekanisme akad ini, karena affiliator mendapatkan komisi sebagai bentuk balas jasa atas keberhasilannya dalam mempromosikan produk hingga terjadi transaksi.⁵

Di dalam Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021 menetapkan bahwa transaksi melalui *marketplace* dapat dilakukan selama mematuhi ketentuan yang telah diatur dalam fatwa tersebut. Dalam panduan ini, DSN-MUI menegaskan pentingnya menjaga prinsip-prinsip syariah dalam ekosistem perdagangan digital, terutama bagi penyedia *marketplace* yang berperan sebagai fasilitator transaksi. Salah satu aspek utama yang ditekankan adalah larangan terhadap praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti *tadlis* (penipuan atau menyembunyikan cacat barang yang dijual), *ghissy* (penipuan dalam transaksi yang merugikan salah satu pihak), serta *tanajusy* (rekayasa permintaan atau manipulasi harga dengan cara yang tidak jujur). Ketentuan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi yang transparan, adil, dan sesuai dengan prinsip muamalah yang dianut dalam Islam. Dengan adanya regulasi ini, *marketplace* sebagai wadah jual beli harus memastikan bahwa mekanisme pemasaran dan transaksi yang mereka fasilitasi tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan, sehingga baik penjual maupun pembeli dapat melakukan jual beli dengan

¹ Katadata Insight Center (KIC), Kementerian Komunikasi dan Informatika, diakses 27 september 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/frekuensi-belanja-online-masyarakat-indonesia>

² Anang anggarjito, "e-commerce dalam perspektif islam, <http://ananggarjito.blogspot.com/2008/e-commerce-dalam-perspektif-islam.html>", diakses tanggal 20 Desember 2022 pukul 23.00 WIB.

³ Nur Fadhillah, "Transaksi Bisnis *E-commerce* Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Qiema*, Vol.6, No.2 Agustus 30, 2020, h. 142-163.

⁴ Hendi Suhendi, fiqh muamalah, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, h.8.

⁵ M. Ridwan, "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Bisnis Afiliasi Online," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.1 Tahun 2021, h.57.

rasa aman dan sesuai dengan ketentuan syariah. Fatwa ini menjadi pedoman penting bagi seluruh pelaku bisnis digital, terutama yang ingin memastikan bahwa transaksi yang mereka lakukan mendapatkan keberkahan dan tetap berada dalam hukum Islam yang sah.⁶

TikTok Affiliate merupakan sistem kerja sama antara penjual dan kreator konten, di mana kreator memperoleh komisi atas hasil promosi yang berhasil menghasilkan penjualan. Sistem ini dinilai cukup efektif dalam memperluas jangkauan pasar, sekaligus memberikan alternatif penghasilan bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Namun, meskipun menawarkan berbagai manfaat dari sisi ekonomi, keberadaan sistem ini juga memunculkan pertanyaan dan kekhawatiran dari sisi hukum Islam. Dalam praktiknya, masih banyak masyarakat yang belum memahami secara utuh bagaimana sistem kerja TikTok Affiliate, mekanisme pemberian komisi, serta dasar hukum yang mendasarinya dalam perspektif syariah. Pertama, masih kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem kerja TikTok Affiliate menjadi persoalan yang cukup fundamental. Sebagian besar pengguna mengikuti program afiliasi ini hanya karena tergiur dengan keuntungan finansial yang ditawarkan, tanpa memahami konsep dasar dan mekanisme kerja dari program tersebut. Ketidaktahuan ini berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pelaksanaan, seperti menyebarkan informasi produk yang tidak akurat, menjual produk yang belum jelas kehalalannya, hingga terjebak dalam praktik penipuan (*ghisy*) yang dilarang dalam Islam. Padahal, dalam perspektif hukum ekonomi syariah, setiap transaksi muamalah harus dilakukan berdasarkan prinsip kejelasan (*bayyin*), kejujuran (*shidq*), dan keadilan (*'adl*). Tanpa pemahaman yang baik, masyarakat Muslim dapat dengan mudah terjerumus dalam praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.⁷

Kedua, implementasi prinsip-prinsip syariah dalam *marketplace* digital, termasuk dalam program afiliasi seperti TikTok Affiliate, masih belum optimal. Banyak dari sistem dan fitur yang digunakan dalam *marketplace* digital saat ini masih mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*), ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli, serta akad-akad yang tidak dijelaskan secara tegas. Hal ini bertentangan dengan ketentuan dalam fiqh muamalah yang menekankan pentingnya kejelasan akad dan kerelaan antar pihak. Misalnya, dalam pemberian komisi kepada afiliasi, belum ada kejelasan akad yang digunakan antara pihak TikTok, penjual, dan kreator konten sebagai afiliasi. Ketidakjelasan ini dapat memunculkan kekhawatiran akan terjadinya akad batil atau fasid yang tidak sah menurut hukum Islam.⁸ Ketiga, potensi pelanggaran terhadap etika dan nilai-nilai syariah dalam sistem promosi produk melalui TikTok Affiliate juga menjadi perhatian serius. Dalam praktiknya, para kreator konten dituntut untuk melakukan promosi secara agresif demi mendapatkan komisi sebesar-besarnya. Tidak jarang, hal ini dilakukan dengan cara-cara yang manipulatif, seperti memberikan testimoni palsu, menyembunyikan kekurangan produk, atau memanfaatkan teknik persuasi berlebihan yang dapat menyesatkan konsumen. Dalam Islam, promosi atau iklan harus dilakukan dengan cara yang jujur, transparan, dan tidak menipu. Pelanggaran terhadap nilai-nilai tersebut tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga mencederai prinsip akhlakul

⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019, h.92.

⁷ Natasya amalia, "potensi tiktok affiliate dalam meningkatkan perekonomian digital", *Jurnal Ekonomi Digital*, vol.2, No.1 tahun 2023, h.45.

⁸ Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2012, h.103-105

karimah yang menjadi landasan utama dalam ekonomi Islam. Keempat, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep akad dalam Affiliate, banyak yang menganggap sistem afiliasi sebagai bentuk pekerjaan yang tidak memiliki dasar hukum dalam Islam, bahkan dianggap mendekati praktik *gharar* atau *maysir* secara tidak langsung.⁹

Dari berbagai permasalahan tersebut, maka sangat penting untuk melakukan kajian akademik yang mendalam dan komprehensif mengenai praktik TikTok Affiliate dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan, yaitu penelitian yang objek kajiannya menggunakan data kepustakaan berupa buku-buku sebagai sumber data. Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca, mempelajari dan menganalisis berbagai literatur yang ada, baik berupa Al-Qur'an, hadist, buku-buku maupun hasil-hasil penelitian.¹⁰

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketplace

Marketplace merupakan suatu platform digital yang berfungsi sebagai media untuk memfasilitasi kegiatan promosi, transaksi, dan distribusi barang maupun jasa dengan memanfaatkan teknologi internet. Dalam konteks ekonomi digital, *marketplace* lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*, yaitu suatu sistem perdagangan elektronik yang memungkinkan terjadinya proses jual beli secara daring tanpa mengharuskan adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli.¹¹ Dalam *marketplace*, pembeli dapat menemukan beragam produk atau layanan yang ditawarkan oleh berbagai penjual, memberikan lebih banyak pilihan dibandingkan dengan toko konvensional.¹² Proses transaksi dimulai ketika pembeli menjelajahi katalog produk melalui situs *web* atau aplikasi *marketplace*, menilai spesifikasi dan harga, lalu menentukan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Setelah merasa cocok, pembeli dapat berkomunikasi langsung dengan penjual untuk memastikan ketersediaan, kualitas, atau detail lain sebelum melanjutkan ke tahap pembayaran dan pengiriman. Dengan sistem ini, *marketplace* tidak hanya mempercepat proses jual beli tetapi juga meningkatkan aksesibilitas dan transparansi dalam perdagangan online.¹³ Selain memberikan kemudahan bagi pembeli untuk mencari dan membandingkan berbagai penawaran dari berbagai toko dalam satu platform, *marketplace* juga bermanfaat bagi pelaku usaha, terutama bagi UMKM, karena mereka dapat menjual produk tanpa harus

⁹ Nasrun haroen, fikih muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2004, h.112

¹⁰ Suhartono Budi, dkk., "Analisis Metode Dan Pendekatan Dalam Manajemen Proyek Pada Dunia Pendidikan", *Edumaspu*, Vol. 6, No.2, 1 Maret 2022, h.27.

¹¹ Kenny Rahmawati, "pelatihan penjualan online menggunakan marketplace pada Ukm di bantul", Vol.2, No.1, Mei 2021, h.79-85.

¹² Iwan Stiawan, Saepudin Nirwan, Firsta Maisya Amelia, "Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro Kecil, Menengah Berbasis Web, Sub Modul : Pembelian", *Jurnal Teknik Informatika*, Vol.10 No.3, Agustus 2018, h.37.

¹³ Wisnu Yoga Sadgotra, Erik Hadi Saputra "Perancangan Online Marketplace Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UKM)" *Jurnal Ilmiah DASI*, Vol.14 No.4 Desember 2013, h. 54-58.

mengembangkan sistem *e-commerce* sendiri.¹⁴ Dengan adanya *marketplace*, penjual cukup mengunggah informasi produk mereka, sementara sistem *marketplace* akan membantu dalam aspek pemasaran, pembayaran, serta logistik, sehingga pelaku usaha dapat lebih fokus pada pengembangan dan kualitas produk mereka. Popularitas *marketplace* terus meningkat karena fleksibilitasnya dalam mendukung berbagai jenis transaksi, serta kenyamanan yang ditawarkan kepada pengguna, baik dari segi aksesibilitas maupun efisiensi dalam menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam konteks syariah, transaksi yang terjadi di *marketplace* harus mengikuti prinsip-prinsip yang telah ditetapkan, termasuk kejelasan dalam akad, kehalalan produk yang diperdagangkan, serta mekanisme yang menjamin transparansi dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan adanya *marketplace* yang berbasis syariah, para pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan perdagangan secara lebih aman dan sesuai dengan kaidah Islam, sekaligus memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses produk atau layanan melalui sistem yang lebih efisien dan terpercaya.¹⁵ Ini juga bertentangan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa' (4) ayat 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling 'memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".(Q.S. An-Nisa'(4):29)

Marketplace syariah dapat didefinisikan sebagai *platform* jual beli berbasis internet yang mempertemukan penjual dan pembeli, disediakan oleh penyedia *marketplace* dengan prinsip-prinsip yang selaras dengan syariah. Dalam operasionalnya, *marketplace* syariah harus berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul, dengan memastikan produk atau jasa yang ditawarkan bersifat legal dan halal, serta bebas dari unsur riba dan gharar. Selain itu, *marketplace* syariah harus menjamin keadilan harga, serta menyajikan iklan dan informasi produk yang transparan dan akurat guna memudahkan pembeli dalam membuat keputusan yang sesuai dengan prinsip Islam.¹⁶

Dasar Hukum Pemberian Komisi Dalam Islam

Dalam Islam, setiap bentuk aktivitas ekonomi termasuk pemberian komisi harus tunduk pada prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan kepada Al-Qur'an, hadis, serta kaidah-kaidah fiqh muamalah. Komisi merupakan bentuk imbalan yang diberikan kepada seseorang atas jasa atau kontribusi yang diberikannya dalam membantu proses transaksi, seperti memasarkan produk, menjadi perantara jual

¹⁴ I putu artaya, dkk, "efektivitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di jawa timur," fakultas ekonomi dan bisnis universitas narotama Surabaya, 2019, h.1-10.

¹⁵ Abdul aziz Muhammad azzam, fiqh muamalat, Jakarta, Amzah, cet.3, 2017, h.27.

¹⁶ Ahmad Azhar Basyir, Asas-Asas Hukum Muamalat, Yogyakarta: UII Presss, 2004, Cet.2, h. 78-82.

beli, atau memperkenalkan pembeli kepada penjual. Hukum asal dalam muamalah adalah boleh (*ibahah*), selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Dengan demikian, selama pemberian komisi dilakukan secara adil, transparan, dan tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti riba, gharar, maysir, atau penipuan, maka hukum pemberian komisi adalah boleh dalam syariat Islam.

Penjelasan dalam Al-Qur'an dan hadist:

1. Surah Q.S al-Ma'idah/5:2)

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".

(al-Maidah/5:2)¹⁷

Ayat yang diatas menegaskan bahwa islam mendorong kerjasama dalam kebaikan, termasuk dalam kegiatan ekonomi yang saling menguntungkan dan tidak mengandung unsur pelanggaran terhadap hukum Allah.

2. (Surah An-Nisa'/4:29)

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu." (An-Nisa'/4:29)

Ayat yang diatas menegaskan bahwa Allah mengajarkan agar tidak memakan harta orang lain dengan cara yang batil (seperti menipu, mencuri, atau riba), kecuali melalui jual beli yang didasari oleh kerelaan kedua belah pihak.

Penyampaian informasi kepada konsumen merupakan aspek penting dalam transaksi jual beli, karena berfungsi sebagai dasar bagi konsumen untuk mempertimbangkan apakah akan melanjutkan atau membatalkan transaksi. Dalam perspektif hukum Islam, kejelasan informasi mengenai barang yang ditawarkan merupakan syarat penting untuk menciptakan transaksi yang sah dan adil. Dalam Islam, transparansi informasi ini mencakup spesifikasi barang secara rinci, seperti kualitas, warna, manfaat, ukuran, jenis bahan, dan karakteristik lainnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari praktik gharar atau ketidakjelasan yang dapat mengarah pada penipuan dan ketidakadilan dalam muamalah. Dengan demikian, kejelasan informasi menjadi salah satu prinsip utama dalam menjaga keabsahan dan keadilan dalam jual beli.

Akad *Ju'alah* pada Tiktok *Affiliate*

Pengertian *ju'alah*

Secara etimologis, istilah *ju'alah* berasal dari kata kerja *ja'ala* yang berarti "menjadikan" atau "memberikan sesuatu", yang dalam konteks muamalah merujuk pada pemberian imbalan atau kompensasi. Dalam pengertian umum, *ju'alah* dipahami sebagai

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Jakarta: Lajnah pentashihan mushaf Al-Qur'an,

bentuk pemberian upah atau hadiah dari satu pihak kepada pihak lain yang berhasil menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan tertentu yang ditentukan sebelumnya. Dalam Hukum Islam, *ju'alah* dijelaskan sebagai bentuk imbalan atau insentif yang diberikan kepada seseorang atas keberhasilannya menyelesaikan suatu pekerjaan atau tindakan tertentu secara tuntas. Ulama fiqh kontemporer, seperti Sayyid Sabiq, mendefinisikan *ju'alah* dari sudut pandang syariat sebagai suatu bentuk akad atau perjanjian yang melibatkan potensi pemberian imbalan materiil kepada seseorang atas dasar keberhasilan menyelesaikan suatu aktivitas atau misi tertentu, yang pada saat akad dilakukan belum diketahui pasti apakah pekerjaan itu akan berhasil diselesaikan atau tidak. Hal ini menjadikan *ju'alah* sebagai salah satu bentuk transaksi yang bersifat terbuka atau tidak pasti hasilnya (*gharar*) dalam pelaksanaannya, namun tetap diperbolehkan secara syar'i karena adanya maslahat dan kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam praktiknya, *ju'alah* juga sering kali disamakan dengan sistem sayembara, di mana pihak pemberi tugas disebut (*ja'il*) menetapkan suatu imbalan bagi siapa pun yang mampu menyelesaikan pekerjaan yang telah ditentukan, sedangkan pihak pelaksana disebut (*maj'ul lah*) akan menerima imbalan tersebut apabila berhasil menyelesaikan tugas tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Dengan demikian, secara terminologis *ju'alah* merupakan suatu bentuk perjanjian kerja atau kontrak yang berbasis pada prestasi atau hasil, di mana batasan tugas dan imbalannya dijelaskan dalam akad sebagai bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak, dan menekankan prinsip keadilan serta kerelaan dalam pemberian kompensasi atas upah yang dijanjikan.¹⁸

Dalam pandangan para fuqaha, praktik *ju'alah* dalam kehidupan sehari-hari sering kali tampak dalam bentuk pemberian imbalan kepada seseorang yang berhasil membantu menyelesaikan suatu permasalahan tertentu, seperti menemukan barang yang hilang, menyembuhkan seseorang dari penyakit, menggali sumur hingga keluar air, atau memenangkan suatu kompetisi atau perlombaan. Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa *ju'alah* tidak terbatas pada satu jenis aktivitas saja, melainkan mencakup segala bentuk usaha atau pekerjaan yang memberikan manfaat bagi pihak lain. Dengan demikian, *ju'alah* dapat dimaknai sebagai bentuk penghargaan atas jasa atau kontribusi nyata yang dilakukan secara sukarela namun menghasilkan hasil yang diharapkan oleh pemberi imbalan. Hal ini menunjukkan bahwa esensi dari *ju'alah* bukan hanya terletak pada keberhasilan menemukan barang yang hilang, tetapi juga mencakup segala jenis tindakan yang berdampak positif dan memberi keuntungan bagi orang lain.

Sistem Pemberian Komisi pada TikTok Affiliate

Sistem pemberian komisi pada TikTok Affiliate merupakan mekanisme yang dirancang untuk memberikan imbalan kepada kreator atau pengguna TikTok yang berhasil mempromosikan dan menjual produk dari *merchant* melalui konten mereka. Sistem ini bekerja dengan cara pengguna mendaftar sebagai afiliator melalui fitur TikTok Shop di aplikasi, kemudian memilih produk yang tersedia dari para penjual (*merchant*) yang telah menetapkan besaran komisi tertentu, umumnya berkisar antara 5% hingga 10% tergantung jenis produk dan strategi pemasaran penjual. Setelah produk dipilih, afiliator akan membuat konten promosi berupa video pendek atau siaran langsung (*live streaming*) dengan

¹⁸ Andi Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019, h.159.

menyisipkan tautan produk atau kode afiliasi yang terhubung langsung ke TikTok Shop. Apabila penonton melakukan pembelian melalui tautan tersebut, maka sistem akan secara otomatis mencatat transaksi dan mengakumulasi komisi berdasarkan persentase yang telah disepakati sebelumnya. Komisi ini kemudian akan dicairkan kepada afiliator setelah proses transaksi selesai, yakni ketika barang telah diterima pembeli dan tidak ada pengembalian barang dalam jangka waktu tertentu. Pembayaran komisi biasanya dilakukan secara berkala, seperti mingguan atau bulanan, dan dikirimkan ke rekening bank afiliator yang telah terverifikasi. Sistem ini menjadi salah satu inovasi dalam ekonomi digital karena memberikan peluang penghasilan bagi kreator konten tanpa harus memiliki produk sendiri, sekaligus membantu *merchant* meningkatkan penjualan secara lebih luas melalui promosi berbasis konten yang organik dan menarik.

Dengan hadirnya TikTok Shop yang terintegrasi langsung dalam aplikasi hiburan TikTok, para pengguna kini memiliki kemudahan lebih dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia untuk kegiatan berbelanja maupun berjualan. Kepraktisan ini menjadi salah satu alasan mengapa TikTok semakin digemari oleh masyarakat, baik sebagai platform hiburan maupun sebagai media untuk melakukan transaksi digital. Salah satu fitur yang paling diminati adalah program afiliasi (*TikTok Affiliate*), di mana para pengguna yang bergabung sebagai afiliator dapat memperoleh penghasilan tambahan dengan cara mempromosikan produk tertentu. Apabila promosi yang dilakukan berhasil menarik minat konsumen untuk membeli, maka afiliator tersebut akan menerima komisi sebagai bentuk apresiasi atas kontribusinya dalam memasarkan produk. Pola kerja sistem afiliasi di TikTok ini sejatinya tidak jauh berbeda dengan sistem serupa yang diterapkan di platform digital lainnya. Dalam sistem ini terdapat beberapa pihak yang saling berperan.

1. *merchant*, yaitu pihak yang menyediakan atau menjual produk.
2. Kedua, *affiliate network*, yang berfungsi sebagai penghubung antara penjual (*merchant*) dan pihak afiliator.
3. Ketiga, *affiliate marketer* atau *creator*, yaitu individu yang membuat konten promosi untuk membantu penjualan produk. Dan terakhir,
4. *consumer*, yaitu konsumen atau pembeli akhir yang melakukan transaksi atas produk yang dipromosikan.¹⁹

Komisi yang diperoleh oleh seorang member *affiliate* umumnya berada pada kisaran 5 hingga 10 persen dari total nilai penjualan produk yang berhasil mereka promosikan. Besaran komisi ini tentu menjadi faktor utama dalam menentukan pendapatan seorang afiliator. Namun, penghasilan tersebut bersifat tidak tetap atau fluktuatif setiap bulannya, karena sangat tergantung pada jumlah transaksi yang berhasil dilakukan melalui konten promosi yang mereka buat. Rincian mengenai jumlah komisi dapat diketahui secara langsung melalui etalase produk yang muncul ketika afiliator akan memilih dan menambahkan produk ke dalam toko afiliasinya. Produk yang telah dipilih tersebut kemudian dicantumkan ke dalam konten video promosi, lengkap dengan tautan khusus yang mengarah ke produk tersebut. Dalam video yang diunggah, akan terlihat ikon berbentuk keranjang belanja yang memudahkan penonton untuk mengakses produk dan melakukan pembelian. Komisi akan diberikan kepada afiliator apabila transaksi telah selesai sepenuhnya, yaitu ketika penjual berhasil memproses

¹⁹ Glints, <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-Tiktok-affiliate/#.ZD-TxHZBy5d> tanggal 19 April 2023.

pesanan dan produk telah diterima dengan baik oleh konsumen. Dengan kata lain, keberhasilan dan ketepatan dalam strategi promosi sangat berpengaruh terhadap jumlah penghasilan yang dapat diperoleh oleh seorang affilior melalui program TikTok Affiliate.

Terdapat beberapa langkah yang perlu diikuti untuk mendaftar sebagai TikTok *affiliate*, yakni:

1. Membuat akun pengguna Tiktok yang aktif dengan mengunduh aplikasi tiktok melalui play store atau App store, lalu instal di perangkat kamu. Lalu, daftar akun tiktok menggunakan email, nomer hp, atau akun media sosial kamu.
2. Daftar ke Tiktok Shop Affiliate (Tiktok Shop *Seller center*)
3. Pilih produk dari marketplace Affiliate. Produk-produk ini nantinya akan muncul dalam bentuk ikon keranjang kuning di video.
4. Buat konten promosi
5. Dapatkan komisi dari penjualan
6. Tarik penghasilan

Sistem Pemberian Komisi Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.144 DSN-MUI/XII/2021

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 tentang *Marketplace* Berdasarkan Prinsip Syariah, istilah *marketplace* dipahami sebagai sebuah platform digital yang disediakan oleh penyelenggara layanan untuk menjadi sarana komunikasi dan transaksi perdagangan elektronik antara penjual dan pembeli. *Marketplace* memiliki fungsi utama sebagai media yang memfasilitasi para pelaku usaha dalam menawarkan produk maupun jasa kepada konsumen dengan sistem yang memungkinkan terjadinya interaksi tanpa pertemuan fisik.¹ Dalam perspektif syariah, segala bentuk transaksi yang berlangsung di dalam *marketplace* wajib mengikuti prinsip-prinsip muamalah Islam, di antaranya kejelasan akad (*shighat*), kehalalan objek transaksi, serta adanya mekanisme yang menjamin transparansi dan keadilan bagi setiap pihak yang terlibat. Keberadaan *marketplace* berbasis syariah memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan perdagangan dengan rasa aman dan sesuai dengan kaidah hukum Islam, sekaligus memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengakses produk dan layanan melalui sistem yang efisien dan terpercaya.

Marketplace syariah dapat dimaknai sebagai wadah jual-beli berbasis internet yang mempertemukan penjual dan pembeli, yang disediakan oleh penyedia layanan *marketplace* dengan berlandaskan prinsip syariah. Dalam implementasinya, *marketplace* ini harus berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah, memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan bersifat halal dan tidak melibatkan unsur riba ataupun gharar. Selain itu, *marketplace* syariah harus mengedepankan keadilan harga serta menyediakan iklan dan informasi produk yang jujur, jelas, dan tidak menyesatkan agar konsumen dapat mengambil keputusan sesuai tuntunan Islam.

Karakteristik *marketplace* syariah membedakannya dengan *marketplace* konvensional, karena tidak hanya berperan sebagai sarana jual-beli barang atau jasa secara elektronik, tetapi juga memastikan seluruh mekanisme transaksinya berjalan sesuai ketentuan hukum Islam. Salah satu aspek penting yang menjadi ciri *marketplace* syariah adalah penggunaan *Escrow Account*, yakni rekening khusus yang dikelola oleh penyedia platform untuk menampung dan menyalurkan dana dari pembeli kepada penjual. Dana baru akan disalurkan setelah pembeli menerima barang atau jasa sesuai kesepakatan, sehingga terhindar dari

praktik yang mengandung unsur gharar atau riba. Selain itu, akad dalam transaksi *marketplace* dilakukan secara elektronik, tetapi tetap wajib memenuhi standar kejelasan dan transparansi sebagaimana yang ditetapkan dalam syariah. Setiap transaksi harus terdokumentasi dengan baik, mencakup deskripsi produk, harga, serta syarat dan ketentuan yang berlaku sehingga setiap pihak memahami hak dan kewajibannya. Dengan mekanisme ini, *marketplace* syariah menjadi solusi perdagangan digital yang tidak hanya efektif dan praktis, tetapi juga menjunjung tinggi nilai keadilan dan kehalalan.

Fatwa DSN-MUI No. 144 Tahun 2021 menetapkan ketentuan-ketentuan pokok terkait keberadaan dan fungsi platform *marketplace* dalam ekosistem perdagangan digital. Dalam ketentuan tersebut, istilah platform digital dijelaskan sebagai aplikasi, situs web, atau layanan berbasis teknologi informasi yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi jual-beli secara elektronik. Sedangkan *marketplace* dipahami sebagai jenis platform yang berperan sebagai media interaktif antara penjual dan pembeli melalui sistem transaksi elektronik yang terintegrasi.

Fatwa ini juga menguraikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi di *marketplace*, yakni: Penyedia Layanan *Marketplace*: pihak yang mengelola dan menyediakan platform digital untuk transaksi jual-beli daring, Pelaku Usaha (Penjual): individu atau badan usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa melalui *marketplace*. Konsumen (Pembeli): pihak yang melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual melalui platform tersebut. Penyedia Layanan Pengiriman: pihak yang bertugas memberikan layanan logistik atau pengiriman produk dari penjual kepada pembeli.

Konsep komisi dalam Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021 dipahami sebagai bentuk imbalan atau penghargaan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain atas jasa, usaha, atau kontribusi tertentu yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang telah disepakati, seperti meningkatkan angka penjualan, memperluas jangkauan promosi, atau mendukung terjadinya transaksi pada sebuah *marketplace*. Dalam perspektif fatwa ini, pemberian komisi harus didasarkan pada akad yang sah menurut hukum ekonomi syariah, sehingga mekanisme dan tata caranya tidak menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah Islam. Terdapat dua bentuk akad yang lazim digunakan dalam pemberian komisi, yaitu akad *ju'alah* dan akad *ijarah*. Akad *ju'alah* dipahami sebagai janji pemberian imbalan atau upah apabila pihak penerima komisi berhasil mencapai target tertentu, misalnya terjadinya penjualan produk melalui tautan afiliasi atau keberhasilan mendatangkan konsumen baru, sehingga sifatnya berbasis pada hasil (*result-oriented*). Sedangkan akad *ijarah* merujuk pada pemberian imbalan atas jasa tertentu yang dilakukan, tanpa harus menunggu keberhasilan dari target penjualan, misalnya pembayaran kepada seorang influencer atau affiliate karena telah membuat konten promosi, terlepas dari ada atau tidaknya penjualan yang dihasilkan dari konten tersebut. Kedua jenis akad tersebut diperbolehkan sepanjang memenuhi ketentuan syariah, yaitu besaran komisi yang dijanjikan disebutkan secara jelas, perhitungan dan mekanisme pembayarannya transparan, serta tidak mengandung unsur gharar yang dapat menimbulkan ketidakjelasan dan kerugian sepihak, tidak mengandung riba yang jelas dilarang dalam hukum Islam, serta terbebas dari maysir atau praktik spekulasi dan untung-untungan yang dapat merusak keadilan dalam transaksi.

Dengan demikian, konsep komisi dalam fatwa ini menegaskan bahwa setiap bentuk imbalan dalam aktivitas pemasaran atau promosi digital harus dilandasi akad yang sah, jelas, dan sesuai prinsip syariah, sehingga mampu menciptakan sistem pemberian komisi yang adil, transparan, dan halal.

KESIMPULAN

Pemberian komisi dalam program TikTok Affiliate dapat diterima dan dibenarkan dalam perspektif hukum ekonomi syariah sesuai dengan prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021. Program ini mencerminkan praktik akad *ju'alah*, yaitu janji pemberian imbalan atas keberhasilan suatu pekerjaan, yang dalam hal ini berupa promosi produk oleh afiliator hingga terjadi transaksi. Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021 memberikan dasar hukum syariah bagi praktik transaksi di *marketplace* digital, termasuk TikTok Affiliate. Fatwa ini menegaskan pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan produk, kejelasan akad, serta tanggung jawab setiap pihak dalam transaksi elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Katadata Insight Center (KIC), Kementerian Komunikasi dan Informatika, diakses 27 September 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/frekuensi-belanja-online-masyarakat-indonesia>
- Anang anggarjito, "e-commerce dalam perspektif islam, <http://anangggarijo.blogspot.com/2008/e-commerce-dalam-perspektif-islam.html>", diakses tanggal 20 Desember 2022 pukul 23.00 WIB.
- Nur Fadhillah, "Transaksi Bisnis E-commerce Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Qiema*, Vol.6, No.2 Agustus 30, 2020.
- Hendi Suhendi, *fiqh muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- M. Ridwan, "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Bisnis Afiliasi Online," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.1 Tahun 2021.
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Natasya amalia, "potensi tiktok affiliate dalam meningkatkan perekonomian digital", *Jurnal Ekonomi Digital*, vol.2, No.1 tahun 2023.
- Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Nasrun haroen, *fikih muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2004.
- Suhartono Budi, dkk., "Analisis Metode Dan Pendekatan Dalam Manajemen Proyek Pada Dunia Pendidikan", *Edumaspul*, Vol. 6, No.2, 1 Maret 2022.
- Kenny Rahmawati, "pelatihan penjualan online menggunakan marketplace pada Ukm di bantu", Vol.2, No.1, Mei 2021.
- Iwan Stiawan, Saepudin Nirwan, Firsta Maisya Amelia, "Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro Kecil, Menengah Berbasis Web, Sub Modul : Pembelian", *Jurnal Teknik Informatika*, Vol.10 No.3, Agustus 2018.
- Wisnu Yoga Sadgotra, Erik Hadi Saputra "Perancangan Online Marketplace Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UKM)" *Jurnal Ilmiah DASI*, Vol.14 No.4 Desember 2013.
- I putu artaya, dkk, "efektivitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di jawa timur," fakultas ekonomi dan bisnis universitas narotama Surabaya, 2019.
- Abdul aziz Muhammad azzam, *fiqh muamalat*, Jakarta, Amzah, cet.3, 2017.
- Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta: UII Presss, 2004, Cet.2.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Jakarta: Lajnah pentashihan mushaf Al-Qur'an, 2019.

Andi Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.