

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT menciptakan manusia hidup di dunia sebagai makhluk sosial dalam menjalani kehidupan dengan berinteraksi antar sesama manusia agar dapat hidup bermasyarakat serta dalam memenuhi kebutuhan mereka. Manusia berupaya mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia dengan menggunakan sumber ekonomi, dan semua interaksi ditentukan oleh prinsip-prinsip Islam melalui fiqh muamalah. Muamalah merupakan peraturan-peraturan syariah yang mengatur hubungan antarmanusia dalam urusan harta.¹

Adanya perkembangan teknologi yang telah menghadirkan berbagai media untuk dapat digunakan oleh manusia sebagai alat berkomunikasi. Internet menjadi salah satu dari adanya kemajuan ini, dimana internet saat ini telah menjadi kebutuhan masyarakat yang dimanfaatkan dalam berbagai hal misalnya, mengakses informasi, bersosialisasi, mencari hiburan, bahkan digunakan sebagai peluang bisnis atau sumber penghasilan. Perdagangan *online* (*E-commerce*) merupakan salah satu contoh peluang bisnis yang menggunakan internet sebagai sarana untuk berbisnis. *E-commerce* merupakan proses jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan penggunaan internet maupun jaringan atau teknologi digital yang ada.²

Perkembangan internet berkembang pesat karena adanya pengaruh dari ponsel atau *smartphone*. Dengan mudahnya mengunduh aplikasi gratis melalui *smartphone*, masyarakat dapat memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai sarana bisnis untuk menghasilkan uang. Salah satu contohnya adalah aplikasi TikTok, yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mencari penghasilan tambahan dengan menjadi seorang konten kreator. Para konten kreator menghasilkan uang dengan membuat konten yang menarik dan diunggah di *platform* sosial media.³

¹ Muhammad Abdul Wahab, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018), 8.

² Annisa Dwi Kurniawati, "Transaksi *E-commerce* dalam Perspektif Islam", *Journal of Islamic Economic and Business* 2, no. 1 (2019): 93.

³ Pinky Aldhama, "Pengaruh Review dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap *Impulse Buying* Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)," [Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah], Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022, 8.

TikTok merupakan *platform* media sosial yang sangat digemari saat ini. TikTok memberikan tempat kepada penggunanya untuk bisa berekspressi dan berkeaktivitas melalui konten video. Selain itu, TikTok juga memberikan peluang sebagai media sarana promosi.⁴

TikTok menyediakan fitur-fitur kekinian yang dapat menarik para pengguna untuk menggunakannya. Salah satu fitur baru yang tersedia adalah TikTok *affiliate*. TikTok *affiliate* adalah sebuah program di *platform* TikTok yang memungkinkan pengguna atau konten kreator untuk menghasilkan uang dengan mempromosikan produk. Konten kreator dapat memasarkan produk mereka sendiri atau produk dari toko lain di akun TikTok mereka dengan membuat konten video yang menarik. Sistem afiliasi dimulai dengan kreator yang mencantumkan tautan produk pada keranjang kuning di dalam video konten yang dibuat. Apabila ada pengguna yang mengklik tautan tersebut dan melakukan transaksi pembelian melalui tautan yang terkait, maka kreator tersebut akan memperoleh komisi dari program afiliasi TikTok.⁵ Namun, sering terjadi keranjang kuning yang ditautkan pada konten video yang dibuat tiba-tiba hilang sendiri atau dihapus oleh pihak TikTok. Sehingga, menimbulkan keresahan bagi konten kreator atau pengguna *affiliate* mengapa hal itu bisa terjadi.

Dalam pelaksanaan program TikTok *affiliate* ini tentu sangat berhubungan dengan adanya perjanjian, yakni perjanjian kerja sama antara pihak *merchant* (penjual atau penyedia produk) dengan afilior. Hubungan yang terjalin antara pihak *merchant* dengan afilior adalah hubungan antara penyedia produk dan jasa pemasar dalam mitra kerja sama. Perjanjian dalam ranah ekonomi Islam disebut akad. Akad pada sebuah transaksi muamalah sangatlah penting serta menjadi syarat penentu kebolehan atau tidaknya suatu transaksi dalam bermuamalah. Oleh karena itu, dalam bisnis pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*) yang terdapat di *platform* TikTok harus memperhatikan aspek akad. Transaksi program *affiliate* termasuk kegiatan hubungan kerja sama bisnis dan akan dinilai sesuai dengan islam jika dalam penerapannya sesuai dengan nilai-nilai islam.⁶

⁴ Sutrisno, "Persepsi Terhadap Aplikasi TikTok Atas dasar Gender Dan Dampak Yang Ditimbulkan Pada Promosi", *Jurnal Bina Manajemen* 10, no. 2 (2022): 15.

⁵ Alvina Vivian, "Cara Daftar TikTok Affiliate Terbaru 2022 untuk Menambah Penghasilan," *Ekrut Media*, 30 September 2022, tersedia di situs : <https://www.ekrut.com/media/tiktok-affiliate>, diakses pada tanggal 2 November 2022.

⁶ Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform *E-commerce* Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi Dan Hukum* 6, no. 1 (2022): 26.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai praktik pendapatan komisi dengan membagikan/mencantumkan link produk pada konten video, meninjau dari akad, syarat, rukun dan pelaksanaannya apakah sudah sesuai dengan pandangan hukum ekonomi islam atau belum. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate”**

B. Fokus Penelitian

Masalah yang akan dibahas dan dikaji dalam penelitian ini adalah perspektif fiqh muamalah terhadap praktik sistem komisi dalam program TikTok *Affiliate*.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Mekanisme Sistem Komisi Program TikTok *Affiliate*?
2. Bagaimana Perspektif Fiqh Muamalah tentang Sistem Komisi dalam Program TikTok *Affiliate*?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Mekanisme Sistem Komisi Program TikTok *Affiliate*
2. Untuk mengetahui Perspektif Fiqh Muamalah tentang Sistem Komisi dalam Program TikTok *Affiliate*

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
Mampu menganalisis mengenai Fiqh Muamalah terhadap sistem komisi dalam program TikTok *Affiliate*.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Masyarakat atau Pengguna aplikasi TikTok, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta pemahaman mengenai Fiqh Muamalah tentang Sistem Komisi Program TikTok *Affiliate*.
 - b. Bagi Peneliti selanjutnya, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.
 - c. Bagi Penulis, Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana hukum (S1) pada Fakultas Syariah IAIN Kudus.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini memberikan gambaran secara garis besar dalam penyusunan penelitian. Penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua merupakan kajian pustaka yang berkaitan dengan teori fiqh muamalah, akad, dan affiliate marketing. Dalam bab ini terdiri dari 5 sub bab, dimana pada sub bab pertama terdiri dari pengertian fiqh muamalah, pembagian, dan ruang lingkup fiqh muamalah. Sub bab kedua membahas pengertian akad ju'alah, dasar hukum, rukun dan syarat, pembatalan serta berakhirnya, sistem operasional, dan hikmah serta manfaat akad ju'alah. Pada sub bab ketiga membahas tentang pengertian affiliate marketing, jenis-jenis, dan kelebihan serta kekurangan affiliate marketing. Pada sub bab keempat membahas tentang penelitian terdahulu berupa kajian terhadap beberapa hasil penelitian seperti skripsi dan jurnal yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti. Pada sub bab selanjutnya yaitu sub bab lima berkaitan dengan kerangka berpikir dimana dalam kerangka berpikir ini di gambarkan melalui bagan sebagai bentuk gambaran masalah yang akan penulis kaji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga disajikan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab hasil penelitian dan pembahasan berisi jawaban dan pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam rumusan masalah dengan sistematika gambaran umum lokasi penelitian, praktik akad yang digunakan dalam sistem pemberian komisi dalam program TikTok Affiliate sudah atau belum sesuai dalam perspektif fiqh muamalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan dan saran yang di ambil dari bab-bab sebelumnya yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran yang diperlukan dalam upaya menyelesaikan masalah penelitian.

