

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini teknologi berkembang dengan sangat pesat dan juga didukung oleh internet yang memadai sehingga masyarakat menjadikannya gaya hidup bagi kehidupan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya seperti membeli makanan, pakaian dan kebutuhan lain menggunakan cara online. Hal ini menunjukkan ciri-ciri masyarakat berubah menjadi masyarakat digital atau apa yang kita sebut masyarakat *digital society*.

Di era revolusi industri 4.0 saat ini, penggunaan Internet semakin berkembang dan semakin banyak penggunanya, banyak diantaranya yang menggunakan Internet sebagai alat untuk menunjang aktivitasnya. Internet dapat membantu wirausahawan dalam berbagai hal seperti memasarkan bisnisnya, menjual produk dan layanan, sumber informasi bagi wirausahawan, dan banyak manfaat lain yang diberikan Internet bagi wirausahawan. Banyak pengusaha juga menggunakan situs internet sebagai cara untuk memamerkan dan menjual produk atau layanan mereka.

Adapun metode pemasaran yang saat ini sedang digemari oleh banyak orang adalah program afiliasi. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 42 /POJK.04/2020 Tentang Transaksi Afiliasi Dan Transaksi Benturan Kepentingan Pasal 1 ayat 1d mengatur pengertian afiliasi yaitu hubungan antara suatu perusahaan dengan pihak, baik secara langsung maupun tidak

langsung, dengan mengendalikan maupun dikendalikan oleh perusahaan tersebut.¹ Program afiliasi ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar termasuk perusahaan makanan dan minuman, dalam hal ini bisnis akan lebih mudah karena konsumen dapat dengan mudah membeli produk langsung dari sumbernya tanpa perantara dan dengan harga yang lebih murah. Membangun kepercayaan konsumen dengan memastikan bahwa produk yang dibeli adalah asli dan tidak palsu dapat memberikan konsumen informasi produk yang akurat dan dapat diandalkan. Masih banyak manfaat yang didapat bagi pelaku usaha yang menggunakan program afiliasi, tidak hanya yang bergerak di bidang umum seperti makanan dan minuman, kosmetik, fashion, kesehatan, dll. Namun program ini juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan yang melakukan hal lain yang lebih bidang kegiatan tertentu.

Dalam pelaksanaan program *affiliate* ini tentu sangat berhubungan dengan adanya akad, kontrak atau perjanjian, yakni akad kerja sama antara pihak perusahaan dengan member *affiliate*. Hubungan yang terjalin antara pihak perusahaan dengan member *affiliate* ialah hubungan antara penyedia layanan dan jasa pemasar dalam mitra kerja sama. perjanjian dalam ranah ekonomi Islam disebut dengan akad. Akad Menurut Mursyid al-Hairan, akad merupakan pertemuan ijab yang diajukan oleh salah satu pihak dengan qabul dari pihak lain yang menimbulkan akibat hukum pada objek akad.² Menurut Syamsul Anwar mengatakan, akad adalah pertemuan ijab dan qabul sebagai pernyataan

¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 42 /POJK.04/2020 Tentang Transaksi Afiliasi Dan Transaksi Benturan Kepentingan.

² Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1979), hlm. 23

kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya.³

Islam memandang hubungan kerja sama bisnis ataupun hubungan muamalah lainnya hukumnya adalah boleh kecuali ada dalil atau ayat-ayat al-Qur'an dan juga sumber hukum Islam lainnya yang melarang. Berdasarkan kaidah fikih ke-50 tentang bermuamalah:

والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان والتحریم

*Artinya: Hukum asal dalam berbagai perjanjian dan muamalat adalah sah sampai adanya dalil yang menunjukkan kebatilan dan keharamannya.*⁴

Kaidah ini telah memberikan ruang yang sangat luas bagi perkembangan bentuk akad pada transaksi modern, sesuai dengan syariat Islam yang mampu untuk beradaptasi dan diterapkan di berbagai tempat dalam berbagai keadaan. Begitu juga dengan konsep pemasaran secara digital apabila dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam maka kegiatan itu boleh saja dilakukan. Transaksi program *affiliate* termasuk kegiatan hubungan kerja sama bisnis. Transaksi ini dinilai akan sesuai dengan Islam jika dalam penerapannya sesuai dengan nilai-nilai Islam.

³ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syari'ah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 75.

⁴ A Djazuli, *Kaidah-kaidah fikih* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm. 131.

Dalam kerjasama program afiliasi, hak dari afiliasi adalah mendapatkan komisi dari pemilik program afiliasi sesuai dengan yang diperjanjikan oleh pihak pemilik program afiliasi kemudian kewajibannya adalah melakukan pemasangan iklan pada media afiliasi yang sudah disepakati. Kemudian untuk hak dari pemilik program afiliasi adalah diiklankan produknya oleh afiliasi melalui media afiliasi dan kewajibannya memberikan komisi kepada afiliasi.⁵

Salah satu permasalahan dalam perjanjian program *affiliate* yang dipicu oleh isi dari pada kontrak yang dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Hal tersebut dapat timbul dikarenakan dalam isi kontrak tidak memenuhi syarat sah kontrak serta tidak menerapkan asas-asas dalam berkontrak. Salah satu contoh kontrak yang terdapat dalam *marketplace shopee affiliate* membahas mengenai batasan tanggung jawab kedua belah pihak yang berakad. Dalam Sebagian isi kontrak menyatakan bahwa pihak *affiliate* mengakui dan menyetujui bahwa pihak Merchant (shopee) tidak akan bertanggung jawab atas kegagalan teknologi atau prosedur keamanan dan shopee tidak menjamin bahwa materi yang diberikan shopee atau pranala afiliasi tidak bermasalah dan tidak terdapat gangguan yang dapat mempengaruhi kerugian usaha ataupun termasuk kehilangan keuntungan berupa komisi bagi pihak afiliasi.⁶ Dalam hal ini sangat bersinggungan dengan hukum Islam yang mengatur ketentuan terkait syarat, larangan serta asas dalam berkontrak diantaranya

⁵ M. Agung Syahputra, Analisis Yuridis Terhadap Sistem Affiliate Marketing Di Indonesia Dalam Prespektif Hukum Perdata: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2003, hlm. 7

⁶ Syarat dan ketentuan program afiliasi shopee, <https://shopee.co.id/docs/6937> .diakses pada tanggal 26 November 2023.

yaitu perlu terpenuhinya asas keseimbangan yang menyatakan bahwa perlu adanya keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima maupun keseimbangan dalam memikul resiko.⁷

Sehingga menimbulkan adanya kerugian atau terabaikannya hak salah satu pihak yang rentan mengalami kerugian yaitu pihak *affiliator*. *Affiliator* merupakan sebutan untuk orang yang mempromosikan produk kepada calon konsumen, *affiliator* juga merupakan orang yang mengikuti program afiliasi dengan sebuah perusahaan, untuk mendapatkan komisi saat berhasil mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan tersebut melalui platform digital.⁸

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“PERJANJIAN PROGRAM AFFILIATE DI MARKETPLACE PRESPEKTIF HUKUM PERJANJIAN SYARIAH”**. Penelitian ini dirasa sangat penting mengingat program *affiliate* di *marketplace* di Indonesia semakin luas sehingga perjanjian afiliasi sudah banyak terjadi, dan pentingnya melaksanakan prestasi dalam perjanjian. Dengan adanya penelitian ini, penulis sangat berharap mampu menjadi tolak ukur untuk para pelaku usaha dalam memberi perlindungan hukum kepada para member afiliasi dalam program afiliasi dan juga sebagai tolak ukur bagi para afiliasi agar lebih waspada saat melakukan

⁷ Ridwan Mubarak, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bisnis Affiliate Marketing Pada Platform Belanja Online Shopee: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2022, hlm. 5

⁸ Apa itu affiliator? Ini definisi, cara kerja dan keuntungannya, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-affiliator/> . diakses pada tanggal 29 Januari 2024.

kerjasama program afiliasi yang semuanya sudah berdasar pada dua prinsip perjanjian yaitu antara prinsip hukum positif dan prinsip hukum perjanjian syariah.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik perjanjian program *affiliate* di *marketplace*?
2. Bagaimana tinjauan hukum positif terhadap perjanjian program *affiliate* di *marketplace*?
3. Bagaimana tinjauan hukum perjanjian syariah terhadap perjanjian program *affiliate* di *marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memaparkan praktik perjanjian *affiliate* di *marketplace*.
2. Untuk menganalisis bagaimana tinjauan hukum positif terhadap perjanjian program *affiliate* di *marketplace*.
3. Untuk menganalisis bagaimana tinjauan hukum perjanjian syariah terhadap perjanjian program *affiliate* di *marketplace*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambahkan pengetahuan bagi semua pengguna *marketplace* dalam memahami program *affiliate* sesuai hukum positif dan hukum perjanjian syariah.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber data yang bisa digunakan bagi peneliti selanjutnya agar penelitian ini dapat berkembang.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literasi bagi pengguna program *affiliate* khususnya masyarakat yang sesuai syariah.

3) Bagi Peneliti

Peneliti akan memperoleh pengalaman dan pengetahuan lebih mengenai perjanjian program *affiliate* sesuai hukum positif dan hukum perjanjian syariah.

E. Penegasan Istilah

Agar memudahkan dalam memahami mengenai konsep yang terkandung dalam judul “Perjanjian Program *Affiliate* Di *Marketplace* Prespektif Hukum Perjanjian Syariah”, maka peneliti perlu untuk memberikan pemaparan batasan istilah baik secara konseptual maupun secara operasional sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Program *Affiliate* Marketing

Program *affiliate* Marketing adalah salah satu dari sekian banyak sistem pemasaran dimana seseorang akan menerima gaji/upah dengan

adanya pemasaran suatu produk atau jasa oleh perusahaan atau agen bisnis dengan tujuan menciptakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Istilah untuk pengiklan produk dalam pemasaran *affiliate* adalah *affiliator*. Singkatnya, pemasaran *affiliate* adalah salah satu bentuk kerjasama afiliasi membutuhkan perantara untuk memasarkan produk dan menjualnya, teknisnya pemasaran yang digunakan dilakukan melalui media sosial.

b. Marketplace

Marketplace atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan pasar online merupakan tempat untuk memasarkan sebuah produk dan tempat untuk bertransaksi antara penjual dengan pembeli secara elektronik atau online.⁹

c. Hukum Perjanjian Syariah

Yang dimaksud dengan hukum perjanjian syariah adalah bagian dari hukum perikatan syariah yang bersumber dari akad. Istilah Syariah dalam Hukum Perjanjian Syariah identik dan dapat dipertukarkan dengan kata Islam, sehingga hukum perjanjian syariah mempunyai pengertian yang sama dengan hukum perjanjian Islam. Hukum perjanjian syariah, seperti hukum perjanjian pada umumnya, mencakup dua jenis yang luas. Pertama, aturan umum berlaku untuk semua perjanjian, baik yang perjanjian yang disebutkan namanya maupun tidak. Bagian kedua

⁹ Andi Iwan Nurhidayat dan Iin Sofiani, "Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website Dengan Menggunakan Framework Codeigniter," dalam *Jurnal Management Informatika*. Vol. 10, No. 1, 2019, hlm. 26.

memuat ketentuan-ketentuan khusus yang berlaku pada berbagai akad khusus yang biasa dibicarakan ketika membicarakan masing-masing akad khusus.¹⁰

2. Secara Operasional

Dari penegasan konseptual yang sudah penulis uraikan diatas, secara operasional yang dimaksud dari “Perjanjian Program *Affiliate* di *Marketplace* Prespektif Hukum Perjanjian Syariah” adalah perjanjian pada program *affiliate* di sebuah *marketplace* yang sesuai dengan hukum perjanjian secara umum maupun secara syariah.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini meliputi enam bab yang dimana masing-masing bab memiliki bobot pembahasan yang berbeda-beda, namun tetap dalam satu kesatuan yang saling berkorelasi dan melengkapi, runtutan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pertama, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat diadakannya penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

¹⁰ Ibid., hlm. 1.

Pada bab kedua, berisikan landasan teori yang berkaitan dengan kajian yang akan dibahas dalam penelitian ini, adapun sub bab dalam teori ini adalah pembahasan mengenai konsep umum perjanjian, tinjauan umum hukum perjanjian dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga disajikan mengenai metode penelitian yang berisi tentang: jenis penelitian dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PEMAPARAN PENELITIAN

Bab keempat berisikan pemaparan data yang penulis peroleh dari lokasi penelitian atau wawancara, dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah yang sudah di rumuskan sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab kelima berisi kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilaksanakan, daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penulis.