Qonuni
Jurnal Hukum dan Pengkajian Islam
P-ISSN: 2963-217X | E-ISSN: 2798-0456| Doi: https://doi.org/10.59833/gbdh3663
Volume 05 No 01 Tahun 2025 Hlm. 33-42

Analisis Akad Ju'alah pada Sistem Affiliate TikTok Shop Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Haurah Nur Rahmah[1] , Najwah Fadillah[2]

[1]Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin,
Jl. Jendral Sudirman No. 30 Kota Serang, Banten 42118
231130137.haurahnurrahmah@uinbanten.ac.id
231130145.najwahfadillah@uinbanten.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of digital commerce has created new business models in social media-based marketplaces, one of which is the affiliate program on TikTok Shop. This program allows users to earn commissions by promoting products through unique links integrated with TikTok content. This research aims to analyze the practice of the TikTok Shop affiliate system from the perspective of Islamic economic law, particularly through the lens of the ju'alah contract as regulated in DSN-MUI Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007. This study uses a qualitative approach with a juridical-normative method supported by literature review and observation of TikTok Shop affiliate practices. The results indicate that the TikTok Shop affiliate system structurally fulfills the pillars of the ju'alah contract, namely the existence of ja'il (seller), maj'ul lah (affiliator), 'amal (promotional work), and 'iwadh (commission). However, several aspects need attention to ensure compliance with sharia principles, including transparency of commissions, clarity of completion criteria, the prohibition of gharar in payment mechanisms, and avoidance of tadlis in product promotion. From the perspective of Islamic economic law, this practice is permissible as long as it is carried out within the framework of sharia principles and avoids deviations such as misleading promotions and excessive uncertainty.
Keywords: *Ju'alah Contract, TikTok Shop Affiliate, Digital Marketing, Sharia Economic Law, DSN-MUI Fatwa.*

ABSTRAK

Perkembangan pesat perdagangan digital telah melahirkan model-model bisnis baru di lingkungan marketplace berbasis media sosial, salah satunya adalah program affiliate pada TikTok Shop. Program ini memungkinkan pengguna memperoleh komisi melalui aktivitas mempromosikan produk dengan tautan unik yang terintegrasi pada konten TikTok. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik sistem affiliate TikTok Shop dari perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya melalui pendekatan akad ju'alah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yuridis-normatif yang didukung oleh studi kepustakaan dan observasi terhadap praktik affiliate TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem affiliate TikTok Shop secara struktural telah memenuhi rukun akad ju'alah, yaitu adanya ja'il (seller/penjual), maj'ul lah (affiliator), 'amal (pekerjaan promosi), dan 'iwadh (komisi/imbalan). Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian agar sesuai dengan prinsip syariah, di antaranya transparansi komisi, kejelasan kriteria penyelesaian pekerjaan, larangan gharar dalam mekanisme pembayaran, serta penghindaran tadlis dalam promosi produk. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini diperbolehkan sepanjang dijalankan dalam koridor prinsip-prinsip syariah dan terhindar dari penyimpangan seperti promosi yang menyesatkan dan ketidakpastian yang berlebihan.

Kata Kunci: *Akad Ju'alah, Affiliate TikTok Shop, Pemasaran Digital, Hukum Ekonomi Syariah, Fatwa DSN-MUI.*

PENDAHULUAN

Era ekonomi digital telah membawa transformasi fundamental dalam tata cara berbisnis dan bertransaksi di tengah masyarakat. Salah satu wujud nyata dari transformasi tersebut adalah munculnya berbagai platform e-commerce yang terintegrasi dengan media sosial. TikTok Shop sebagai salah satu inovasi terbaru dari aplikasi TikTok telah menjelma menjadi salah satu kekuatan utama dalam lanskap perdagangan digital di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis berbagai sumber, nilai transaksi TikTok Shop di Indonesia pada tahun 2024 telah mencapai angka fantastis sekitar seratus triliun rupiah, menjadikannya salah satu platform e-commerce terbesar di tanah air (Suryanatha, 2023).

Salah satu fitur unggulan yang ditawarkan oleh TikTok Shop adalah program affiliate atau yang dikenal dengan TikTok Affiliate Program. Melalui program ini, pengguna TikTok dapat memperoleh komisi dengan cara mempromosikan produk-produk yang dijual oleh seller melalui tautan khusus yang terintegrasi dalam konten video mereka. Fenomena ini menjadi salah satu model bisnis yang banyak diminati, khususnya oleh kalangan muda yang aktif menciptakan konten di media sosial (Annisa dan Apriyana, 2025). Praktik affiliate ini tidak hanya memberikan peluang ekonomi bagi para kreator konten, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran bagi para seller yang berdagang di TikTok Shop.

Dalam khazanah hukum ekonomi syariah, praktik affiliate yang melibatkan pemberian imbalan atas keberhasilan suatu pekerjaan tertentu memiliki kemiripan dengan akad ju'alah. Akad ju'alah adalah janji atau komitmen untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan (Djuwaini, 2010). Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan Fatwa Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 sebagai landasan operasional bagi praktik akad ju'alah agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Fatwa ini menjadi rujukan penting bagi pelaku usaha dalam menerapkan akad ju'alah di berbagai sektor, termasuk dalam bisnis digital kontemporer.

Meskipun secara prinsip praktik affiliate TikTok Shop terlihat menguntungkan kedua belah pihak, dari sudut pandang hukum ekonomi syariah masih terdapat sejumlah persoalan yang perlu dikaji secara mendalam. Beberapa permasalahan yang muncul antara lain ketidakjelasan mekanisme penetapan komisi yang dapat berubah-ubah, transparansi nominal komisi yang tidak selalu disampaikan di awal, potensi unsur gharar dalam pembayaran komisi yang ditangguhkan, serta kemungkinan munculnya tadlis atau pemalsuan informasi dalam praktik promosi produk (Hafid, 2022). Permasalahan ini berpotensi menjauhkan praktik affiliate dari prinsip-prinsip syariah yang menjunjung tinggi keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam bertransaksi.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji praktik affiliate pada platform digital dari perspektif hukum Islam. Rohimah dan Huda (2025) melalui studi komparatif Shopee Affiliate dan TikTok Affiliate menyimpulkan bahwa meskipun keduanya memiliki kesamaan dalam menerapkan prinsip dasar akad ju'alah, terdapat perbedaan dalam mekanisme implementasi dan pembayaran yang perlu diperhatikan dari sisi kepatuhan syariah. Penelitian Zulfa dkk. (2023) menyimpulkan bahwa TikTok Affiliate secara umum menggunakan akad ju'alah dan memenuhi

rukun serta syarat yang ditetapkan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Sementara itu, penelitian dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung menyimpulkan bahwa penetapan komisi affiliator pada aplikasi TikTok belum sepenuhnya selaras dengan ketentuan akad ju'alah dalam fatwa tersebut.

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada salah satu aspek tertentu, penelitian ini berupaya melakukan analisis komprehensif terhadap sistem affiliate TikTok Shop dengan menggunakan kerangka akad ju'alah sebagai pisau analisis utamanya. Penelitian ini juga akan mengkaji secara mendalam kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip syariah, baik dari sisi pemenuhan rukun dan syarat, transparansi, maupun penghindaran dari unsur-unsur yang dilarang dalam muamalah seperti gharar, tadlis, dan zhulm.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan utama. Pertama, bagaimana mekanisme sistem affiliate TikTok Shop ditinjau dari rukun dan syarat akad ju'alah? Kedua, sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad ju'alah dan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah secara umum? Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan kajian hukum ekonomi syariah kontemporer, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi para pelaku affiliate, seller, dan platform TikTok Shop agar dapat menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan ketentuan syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yuridis-normatif yang didukung dengan studi kepustakaan (library research). Pendekatan yuridis-normatif digunakan untuk menelaah aspek-aspek normatif yang terkait dengan akad ju'alah dalam khazanah fikih muamalah serta regulasi yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Sementara itu, studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh data mengenai praktik sistem affiliate TikTok Shop melalui telaah berbagai sumber pustaka, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen resmi yang relevan (Efendi dan Rijadi, 2022). Kombinasi kedua pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan analisis yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap praktik affiliate TikTok Shop, terutama menyangkut mekanisme pendaftaran, alur kerja affiliate, sistem penetapan komisi, syarat dan ketentuan platform, serta proses pembayaran kepada affiliator. Adapun data sekunder diperoleh dari Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah, buku-buku fikih muamalah klasik dan kontemporer, artikel jurnal ilmiah terdahulu yang membahas topik serupa, peraturan perundang-undangan yang relevan, serta dokumen-dokumen resmi yang berkaitan dengan ekonomi digital syariah.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif dengan pendekatan deduktif. Data-data yang diperoleh dideskripsikan secara naratif kemudian dianalisis berdasarkan kerangka teoritis akad ju'alah serta ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Proses analisis dilakukan melalui empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh

dari berbagai literatur dan sumber tertulis yang berbeda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Konsep Dasar Akad Ju'alah dalam Hukum Ekonomi Syariah

Secara etimologi, kata ju'alah berasal dari bahasa Arab yang berarti pemberian upah, hadiah, atau imbalan atas suatu pekerjaan. Dalam terminologi fikih, ju'alah didefinisikan sebagai janji atau komitmen seseorang untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan tertentu. Dimyauddin Djuwaini (2010) mendefinisikan ju'alah sebagai suatu akad penyerahan suatu pekerjaan oleh seseorang kepada orang lain dengan imbalan tertentu untuk memperoleh hasil tertentu. Sementara Mardani (2016) memaknai ju'alah sebagai komitmen pemberian imbalan tertentu kepada seseorang yang menyelesaikan suatu pekerjaan yang ditentukan.

Dasar hukum akad ju'alah dapat ditemukan dalam Al-Qur'anul Karim, sunnah Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, serta ijma' para ulama. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam Surat Yusuf ayat 72 yang menggambarkan komitmen pemberian imbalan kepada siapa saja yang dapat mengembalikan cawan raja. Ayat tersebut menyebutkan tentang pemberian seberat beban unta sebagai imbalan bagi orang yang dapat mengembalikan piala kerajaan yang hilang. Berdasarkan dalil tersebut, para ulama dari mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali sepakat akan kebolehan akad ju'alah. Sementara mazhab Hanafi memiliki pandangan yang lebih berhati-hati karena pertimbangan unsur ketidakpastian dalam objek pekerjaan (Hasan, 2018).

Dalam akad ju'alah, terdapat empat rukun yang harus dipenuhi agar akad menjadi sah. Pertama, ja'il yaitu pihak yang berjanji akan memberikan imbalan atas pekerjaan yang diselesaikan. Kedua, maj'ul lah yaitu pihak yang menerima janji dan melaksanakan pekerjaan yang ditentukan. Ketiga, maj'ul 'alaih atau 'amal yaitu objek atau pekerjaan yang dikerjakan. Dan keempat, 'iwadh atau ju'l yaitu imbalan atau hadiah yang dijanjikan atas keberhasilan pekerjaan (Suhendi, 2010). Selain rukun, akad ini juga harus memenuhi syarat-syarat tertentu, di antaranya ja'il harus memiliki kecakapan hukum, objek pekerjaan harus berupa perbuatan yang dibolehkan secara syariat, hasil pekerjaan harus jelas dan diketahui kedua belah pihak, serta besaran imbalan harus ditentukan di awal.

Karakteristik unik dari akad ju'alah dibandingkan dengan akad ijarah terletak pada beberapa aspek penting. Pertama, imbalan dalam akad ju'alah hanya wajib dibayarkan ketika pekerjaan telah berhasil diselesaikan, sedangkan dalam ijarah upah dibayarkan atas pemanfaatan jasa terlepas dari hasilnya. Kedua, akad ju'alah bersifat tidak mengikat (ghairu lazim) sehingga ja'il dapat membatalkan tawarannya sebelum pekerjaan dimulai, sedangkan ijarah bersifat mengikat sejak akad disepakati. Ketiga, objek pekerjaan dalam ju'alah dapat berupa pekerjaan yang tingkat keberhasilannya tidak pasti, sementara dalam ijarah objeknya harus berupa jasa yang dapat dipastikan pelaksanaannya (Syafei, 2001).

B. Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah

Sebagai respon terhadap berkembangnya berbagai praktik pelayanan jasa berbasis pencapaian hasil di tengah masyarakat, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan Fatwa Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 pada tanggal 6 Desember 2007 (Fatwa DSN-MUI, 2007). Fatwa ini menjadi landasan operasional yang mengatur ketentuan-ketentuan akad ju'alah

agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Substansi fatwa tersebut mencakup beberapa hal pokok yang menjadi pedoman bagi pelaku usaha berbasis akad ju'alah.

Pertama, fatwa mendefinisikan bahwa ju'alah adalah janji atau komitmen (iltizam) untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil (natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Kedua, fatwa menetapkan ketentuan tentang pihak ja'il yang harus memiliki kecakapan hukum dan kewenangan (muthlaq al-tasharruf) untuk melakukan akad. Ketiga, objek ju'alah atau maj'ul 'alaih harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syariat. Keempat, hasil pekerjaan (natijah) harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran akad.

Kelima, imbalan ju'alah ('iwadh atau ju'l) harus ditentukan besarannya oleh ja'il dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran. Keenam, fatwa menetapkan bahwa tidak boleh ada syarat yang mensyaratkan imbalan diberikan di muka sebelum pelaksanaan objek ju'alah selesai. Ketujuh, dalam ketentuan hukum, fatwa menegaskan bahwa imbalan ju'alah hanya berhak diterima oleh maj'ul lah apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi. Sebaliknya, ja'il harus memenuhi imbalan yang dijanjikannya jika pihak maj'ul lah berhasil menyelesaikan prestasi atau hasil pekerjaan yang ditetapkan (Soemitra, 2019).

Penerapan ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 ini bersifat fleksibel sehingga dapat diadaptasi dalam berbagai konteks bisnis kontemporer, termasuk praktik affiliate marketing di platform e-commerce digital. Dengan adanya pedoman tersebut, pelaku usaha affiliate yang ingin menerapkan prinsip syariah dalam aktivitasnya memiliki rujukan operasional yang jelas. Namun demikian, di lapangan masih banyak pelaku affiliate yang belum mengetahui keberadaan fatwa ini, sehingga praktik yang dijalankan belum sepenuhnya mengakomodasi ketentuan-ketentuan tersebut (Machfudloh dan Nisa, 2024).

C. Mekanisme Sistem Affiliate TikTok Shop

TikTok Shop merupakan fitur e-commerce yang diintegrasikan dalam aplikasi media sosial TikTok yang dikelola oleh ByteDance. Salah satu keunggulan utama TikTok Shop adalah sistem affiliate atau yang dikenal dengan TikTok Affiliate Program. Program ini memungkinkan pengguna TikTok yang telah memenuhi syarat tertentu untuk mempromosikan produk-produk yang dijual oleh seller di TikTok Shop, dengan mendapatkan komisi atas setiap penjualan yang berhasil dilakukan melalui tautan affiliate mereka (Afdhal, 2024).

Untuk dapat bergabung sebagai affiliator TikTok Shop, pengguna harus memenuhi sejumlah persyaratan administratif. Persyaratan tersebut antara lain memiliki akun TikTok yang aktif, telah berusia minimal delapan belas tahun, memiliki minimal seribu pengikut, dan telah memposting video minimal seminggu sebelum mengajukan permohonan. Setelah memenuhi persyaratan tersebut, calon affiliator dapat mendaftarkan diri melalui menu khusus di aplikasi TikTok, kemudian menyepakati syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform. Mekanisme kerja TikTok Affiliate secara umum terdiri atas beberapa tahapan utama. Pertama, seller atau penjual mendaftarkan produknya pada program affiliate dan menentukan persentase komisi yang akan diberikan kepada affiliator. Kedua, affiliator memilih produk-produk yang ingin dipromosikan dari katalog yang tersedia. Ketiga, affiliator menerima tautan unik (tracking link) yang dapat disematkan dalam konten video, live streaming, atau showcase produk di profilnya. Keempat, ketika pengguna lain melakukan pembelian melalui tautan affiliate tersebut, sistem TikTok akan mencatat transaksi dan secara otomatis

menghitung komisi yang berhak diterima oleh affiliator (Balqis dan Mustofa, 2023).

Mengenai mekanisme penetapan komisi, sistem affiliate TikTok Shop menggunakan model persentase yang ditetapkan oleh seller untuk setiap produk. Persentase komisi bervariasi tergantung pada kategori produk, kisarannya umumnya berada di antara satu hingga tiga puluh persen dari nilai penjualan. Beberapa seller juga menawarkan program komisi khusus dengan tarif yang lebih tinggi untuk produk-produk tertentu yang diprioritaskan dalam kampanye pemasaran. Affiliator dapat melihat besaran komisi setiap produk sebelum memutuskan untuk mempromosikannya.

Pembayaran komisi kepada affiliator dilakukan melalui beberapa tahapan. Setelah pembeli melakukan transaksi melalui tautan affiliate, komisi akan masuk ke status pending selama periode tertentu untuk menunggu konfirmasi penerimaan barang oleh pembeli. Setelah masa pending berakhir dan tidak ada pengembalian barang atau komplain, komisi akan berubah status menjadi settled dan dapat ditarik oleh affiliator melalui rekening bank yang telah didaftarkan. Periode pencairan komisi umumnya berkisar antara empat belas hingga tiga puluh hari setelah transaksi berhasil diselesaikan (Permana dkk., 2024).

Selain komisi reguler, TikTok Shop juga menawarkan komisi khusus melalui program kampanye atau campaign tertentu. Affiliator yang berpartisipasi dalam kampanye ini dapat memperoleh komisi tambahan, biaya promosi, atau bonus performa berdasarkan target tertentu yang ditetapkan. Sistem ini menambah variasi pendapatan bagi affiliator yang aktif, namun juga menambah kompleksitas perhitungan komisi yang harus dipahami secara seksama oleh para pihak yang terlibat untuk menghindari kesalahpahaman.

D. Analisis Akad Ju'alah terhadap Sistem Affiliate TikTok Shop

Setelah memahami konsep dasar akad ju'alah, ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007, serta mekanisme kerja sistem affiliate TikTok Shop, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis kesesuaian antara keduanya. Analisis ini meliputi pemenuhan rukun akad, pemenuhan syarat-syarat akad, serta identifikasi potensi penyimpangan yang mungkin timbul dalam praktik di lapangan.

Dari sisi pemenuhan rukun akad ju'alah, sistem affiliate TikTok Shop secara struktural telah memenuhi keempat rukun yang diisyaratkan. Pertama, terdapat ja'il yang dalam hal ini adalah seller atau penjual yang menawarkan komisi atas keberhasilan promosi produknya. Kedua, terdapat maj'ul lah yaitu affiliator atau pengguna TikTok yang menyepakati untuk mempromosikan produk dan berusaha mendatangkan transaksi pembelian. Ketiga, terdapat maj'ul 'alaih atau 'amal berupa kegiatan promosi produk melalui konten video, live streaming, atau showcase yang dilakukan affiliator. Keempat, terdapat 'iwadh atau ju'l berupa komisi yang dijanjikan akan diberikan kepada affiliator apabila transaksi pembelian berhasil terjadi melalui tautan affiliate (Zulfa dkk., 2023).

Sighat akad dalam sistem affiliate TikTok Shop dilaksanakan melalui mekanisme penyepakatan syarat dan ketentuan yang ditampilkan oleh platform pada saat affiliator mendaftarkan diri ke program affiliate. Persetujuan affiliator terhadap syarat dan ketentuan ini secara fikih dapat dikategorikan sebagai sighat akad yang sah. Hal ini sejalan dengan pandangan ulama kontemporer yang menerima keabsahan akad yang dilakukan melalui media elektronik selama unsur-unsur akad terpenuhi dan tidak ada ketidakjelasan yang menimbulkan perselisihan (Kurniawan dan Alfian, 2023).

Dengan demikian, dari aspek formalitas akad, sistem affiliate TikTok Shop telah dapat dikategorikan sebagai bentuk implementasi akad ju'alah.

Selanjutnya, dari sisi pemenuhan syarat-syarat akad ju'alah, beberapa ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 dapat dianalisis kesesuaiannya. Ketentuan pertama mengenai kecakapan hukum ja'il telah terpenuhi karena seller yang dapat mendaftarkan produknya di TikTok Shop merupakan pelaku usaha yang telah memenuhi syarat administratif platform. Ketentuan kedua mengenai objek pekerjaan yang harus berupa pekerjaan yang dibolehkan syariat juga umumnya terpenuhi, sepanjang produk yang dipromosikan adalah produk halal dan tidak melanggar prinsip syariah. Namun di sinilah letak potensi permasalahan, karena tidak semua produk yang tersedia di TikTok Shop berstatus halal atau sesuai dengan prinsip syariah.

Ketentuan ketiga mengenai kejelasan hasil pekerjaan (natijah) cukup terpenuhi dalam sistem affiliate TikTok Shop. Hasil yang diharapkan dari pekerjaan affiliator adalah terjadinya transaksi pembelian oleh pengguna lain melalui tautan affiliate. Kriteria ini jelas dan dapat diverifikasi melalui sistem pencatatan otomatis yang disediakan platform. Ketentuan keempat mengenai besaran imbalan yang harus ditentukan di awal juga telah terpenuhi, karena setiap produk telah dilengkapi dengan informasi persentase komisi yang akan diperoleh affiliator. Affiliator dapat melihat informasi ini sebelum memutuskan untuk mempromosikan suatu produk (Fahmi, 2024).

Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian agar sistem affiliate TikTok Shop sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Aspek pertama berkaitan dengan transparansi komisi. Meskipun persentase komisi telah ditampilkan di awal, terkadang terjadi pemotongan komisi karena pajak, biaya platform, atau faktor lain yang tidak dijelaskan secara terbuka. Ketidakjelasan ini berpotensi menimbulkan unsur gharar dalam akad. Aspek kedua adalah kejelasan kriteria penyelesaian pekerjaan. Status komisi yang berubah-ubah antara pending, settled, dan cancelled berdasarkan kondisi seperti pengembalian barang oleh pembeli, kadang membingungkan affiliator mengenai kapan tepatnya komisi menjadi haknya.

Aspek ketiga berkaitan dengan praktik promosi yang dilakukan affiliator. Salah satu permasalahan etis yang sering muncul adalah kecenderungan sebagian affiliator melebih-lebihkan kualitas produk demi meningkatkan konversi penjualan. Praktik ini bertentangan dengan prinsip kejujuran (al-shidq) dalam Islam dan dapat dikategorikan sebagai tadlis. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam telah memberikan peringatan keras terhadap praktik penipuan dalam jual beli, termasuk dalam aktivitas promosi. Aspek keempat adalah penundaan pembayaran komisi yang relatif lama (empat belas hingga tiga puluh hari) yang kadang menjadi sumber keluhan affiliator. Meskipun penundaan ini tidak otomatis bertentangan dengan syariah, namun perlu disampaikan secara transparan di awal akad agar tidak menimbulkan unsur ketidakjelasan.Meskipun terdapat beberapa aspek yang perlu disempurnakan, secara umum sistem affiliate TikTok Shop dapat dipandang sah dari perspektif hukum ekonomi syariah, sepanjang dilaksanakan dengan prinsip saling rela, jujur, transparan, dan terhindar dari unsur-unsur yang dilarang dalam syariah. Kaidah fikih menyatakan bahwa pada dasarnya hukum dalam muamalah adalah mubah kecuali ada dalil yang mengharamkannya (al-ashlu fi al-mu'amalah al-ibahah illa an yadulla dalilun 'ala tahrimiha). Dengan demikian, sistem affiliate sebagai bentuk inovasi muamalah

kontemporer pada dasarnya diperbolehkan selama tidak melanggar prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, tadlis, maysir, dan zhulm (Anwar, 2007).

Hasil temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga mengkaji praktik affiliate dari perspektif syariah. Rohimah dan Huda (2025) menyimpulkan bahwa baik Shopee Affiliate maupun TikTok Affiliate secara struktural telah menerapkan prinsip-prinsip dasar akad ju'alah. Demikian pula penelitian Zulfa dkk. (2023) yang menyatakan bahwa mekanisme kerja TikTok Affiliate dapat dikatakan sah dan menggunakan akad ju'alah sebagaimana ditetapkan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus analisis yang lebih komprehensif terhadap aspek-aspek implementasi yang berpotensi menjauhkan praktik dari prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan analisis tersebut, perlu adanya upaya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku affiliate marketing, baik di pihak seller maupun affiliator. Pemahaman yang utuh terhadap akad ju'alah serta ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI akan membantu para pelaku menjalankan aktivitasnya secara lebih profesional dan sesuai syariah. Selain itu, platform seperti TikTok Shop perlu didorong untuk mengembangkan fitur-fitur yang lebih transparan dan ramah-syariah, sehingga dapat menjadi ruang yang kondusif bagi pengembangan ekonomi digital yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama. Pertama, sistem affiliate TikTok Shop secara struktural telah memenuhi rukun akad ju'alah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Keempat rukun tersebut meliputi adanya ja'il berupa seller atau penjual yang menjanjikan komisi, maj'ul lah berupa affiliator atau pengguna TikTok yang mempromosikan produk, maj'ul 'alaih atau 'amal berupa kegiatan promosi produk, serta 'iwadh berupa komisi yang dijanjikan atas keberhasilan transaksi. Sighat akad melalui penyepakatan syarat dan ketentuan platform sah secara fikih sebagaimana diterima oleh ulama kontemporer.

Kedua, meskipun secara formal telah memenuhi rukun dan syarat akad ju'alah, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian agar sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Aspek-aspek tersebut mencakup transparansi komisi yang kadang masih dipotong tanpa keterangan jelas, kejelasan kriteria penyelesaian pekerjaan terkait status komisi pending dan settled, praktik promosi yang berpotensi mengandung unsur tadlis, serta penundaan pembayaran komisi yang relatif lama. Aspek-aspek ini perlu disampaikan secara transparan agar tidak menimbulkan unsur gharar dan ketidakjelasan yang dapat mempengaruhi keabsahan akad.

Ketiga, secara umum sistem affiliate TikTok Shop dapat dipandang sah dari perspektif hukum ekonomi syariah sepanjang dilaksanakan dengan prinsip saling rela, jujur, transparan, dan terhindar dari unsur-unsur yang dilarang dalam syariah. Fenomena ini menunjukkan bahwa akad-akad klasik seperti ju'alah masih sangat relevan untuk diterapkan dalam konteks ekonomi digital kontemporer. Para pelaku affiliate marketing perlu memperkuat literasi keuangan syariah mereka agar dapat menjalankan aktivitasnya secara profesional dan sesuai dengan ketentuan syariah yang berlaku. Wallahu a'lam bish-shawab.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk pengembangan kajian dan praktik akad ju'alah pada sistem affiliate platform digital di masa mendatang. Pertama, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperdalam kajian melalui pendekatan empiris dengan melibatkan wawancara langsung kepada para affiliator dan seller TikTok Shop, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika praktik affiliate di lapangan. Penelitian lanjutan juga dapat memfokuskan kajian pada aspek perlindungan hukum bagi affiliator ketika terjadi sengketa dengan seller atau platform, mengingat aspek tersebut belum mendapat perhatian yang memadai.

Kedua, bagi para pelaku affiliate TikTok Shop, disarankan untuk meningkatkan pemahaman terhadap akad ju'alah dan ketentuan-ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Selain itu, affiliator perlu menjaga etika dalam mempromosikan produk dengan menghindari praktik tadlis seperti pemberian informasi yang tidak sesuai dengan kualitas produk sebenarnya. Seller juga perlu menjamin transparansi komisi dan ketepatan waktu pembayaran agar tercipta hubungan kerja sama yang adil dan saling menguntungkan. Ketiga, bagi platform TikTok Shop dan pemerintah, disarankan untuk mengembangkan regulasi dan fitur-fitur yang ramah-syariah dalam sistem affiliate, termasuk filtrasi produk halal, transparansi pemotongan komisi, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, ekosistem ekonomi digital di Indonesia dapat berkembang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Daftar Pustaka

Afdhal, M. F. (2024). *Sistem affiliate penjualan produk di aplikasi TikTok menurut UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* [Skripsi, UIN Ar-Raniry]. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/49492/1/Muhammad%20Farhan%20Afdhal,%20210102255,%20FSH,.pdf

Annisa, F. N., & Apriyana, N. (2025). Pengaruh fitur TikTok affiliate terhadap pembelian impulsif pada produk fast fashion. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2). https://doi.org/10.60036/jbm.598

Efendi, J., & Rijadi, P. (2022). *Metode penelitian hukum normatif dan empiris* (5th ed.). Jakarta: Prenada Media.

Balqis, S. S., & Mustofa, A. A. (2023). Analisis program TikTok dan Shopee affiliate perspektif maslahah mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3581. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10878

Djuwaini, D. (2010). *Pengantar fiqh muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. http://repositori.iain-bone.ac.id/id/eprint/1384/1/Buku%20Dasar-Dasar%20Pengembangan%20Fiqh%20Muamalah_Sampul%20&%20Isi.pdf

Fahmi, M. (2024). Tinjauan hukum Islam terhadap affiliate marketing pada marketplace Shopee. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 1–15.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah. (2007). Jakarta: DSN-MUI. https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/akad-jualah

Hafid, A. (2022). Sistem bisnis afiliasi dalam e-commerce ditinjau dari akad ju'alah. *IQTISHADIA: Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 9(2), 123–136.

Kurniawan, R., & Alfian, M. A. (2023). Implementasi akad wakalah dan ju'alah pada transaksi marketplace berbasis syariah. *Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, 3(3), 188–199.

Hasan, A. F. (2018). *Fiqh muamalah dari klasik hingga kontemporer*. Malang: UIN Maliki Press. https://repository.uin-malang.ac.id/4531/1/fiqh%20muammalah%20FULL.pdf

Mardani. (2016). *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah* (Cetakan Keempat). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Machfudloh, N. A., & Nisa, F. L. (2024). Analisis affiliate marketing ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. *Journal of Development Economics and Digitalization*, 1(1), 45–58.

Permana, E., Akbar, R., Regita, S. A., & Widi, A. P. (2024). Analisis efektivitas program Shopee affiliate dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan pada industri fashion. *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipline*, 8(5), 301–311.

Rohimah, S., & Huda, N. (2025). Analisis implementasi akad ju'alah dalam program affiliasi digital: Studi komparatif Shopee Affiliate dan TikTok Affiliate. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(4), 2324–2343. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.7604

Soemitra, A. (2019). *Hukum ekonomi syariah dan fiqh muamalah di lembaga keuangan dan bisnis kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Suhendi, H. (2010). *Fiqh muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. https://adoc.pub/h-hendi-suhendi-fiqih-muamalah-cet-i-jakarta-pt-raja-grafind.html

Syafei, R. (2001). *Fiqih muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. https://repository.uin-malang.ac.id/4531/1/fiqh%20muammalah%20FULL.pdf