

**ANALISIS HUKUM ISLAM DAN FATWA DSN MUI NOMOR 24 TAHUN
2017 TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI
MEDIA SOSIAL TERHADAP PRAKTIK PROMOSI DENGAN
MENGUNAKAN VIDEO ORANG LAIN PADA BISNIS
*TIKTOK AFFILIATE DI TIKTOK***

SKRIPSI

Oleh:

Nabila Luaili Fauziyah

NIM. C02219036



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Syariah dan Hukum
Jurusan Hukum Perdata Islam
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Surabaya
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Luaili Fauziyah
NIM : C02219036
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI
Nomor 24 Tahun 2017 terhadap Praktik Promosi
dengan Menggunakan Video Orang Lain pada
Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 05 April 2023

Saya yang menyatakan,



Nabila Luaili Fauziyah

NIM. C02219036

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Nabila Luaili Fauziyah

NIM : C02219036

Judul : Analisis Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun
2017 Terhadap Praktik Promosi Dengan Menggunakan Video
Orang Lain Pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 07 April 2023

Pembimbing,



Dr. Hj. Nurhayati, M.Ag.

NIP. 196806271992032001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Nabila Luaili Fauziyah

NIM : C02219036

telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 03 Mei 2023 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I



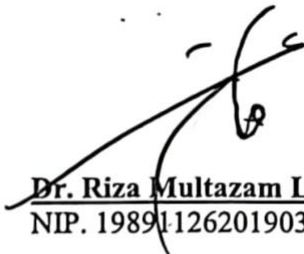
Dr. Hj. Nurhayati, M.Ag.
NIP. 196806271992032001

Penguji II



Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001

Penguji III



Dr. Riza Multazam Luthfy, M.H.
NIP. 198911262019031010

Penguji IV



Safaruddin Harefa, M.H
NIP. 202111004

Surabaya, 03 Mei 2023

Mengesahkan,

Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Inayah Musafa'ah, M.Ag.

NIP. 196303271999032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabila Luaili Fauziyah
NIM : C02219036
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : nabilalf285@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman

Bermuamalah melalui Media Sosial terhadap Praktik Promosi dengan Menggunakan Video Orang

Lain pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Mei 2023

Penulis

(Nabila Luaili Fauziyah)

ABSTRAK

TikTok sebagai media sosial yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat menghadirkan sebuah inovasi pemasaran secara online dengan membuat bisnis *TikTok Affiliate*. Dalam bisnis *TikTok Affiliate*, seorang kreator diharuskan untuk membuat video yang mempromosikan produk yang dijual oleh seller. Kreator akan memperoleh komisi apabila berhasil menjual produk tersebut. Namun, dalam praktiknya terdapat beberapa orang yang menggunakan video milik orang lain untuk promosi agar memperoleh komisi yang besar. Dalam penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yaitu: Pertama, bagaimana bentuk praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video orang lain tanpa izin pada bisnis *TikTok Affiliate*? dan kedua, bagaimana analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 terhadap praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan anggota *affiliate* yang melakukan praktik promosi dengan menggunakan video orang lain, kreator *TikTok Affiliate* serta konsumen yang membeli produk. Dari data yang diperoleh, selanjutnya dilakukan teknik pengolahan data melalui cara *editing, organizing, analyzing*. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan teori hukum Islam yaitu akad *ju'alah* serta Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017.

Hasil dari penelitian ini: Pertama, bentuk praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain tanpa izin pada bisnis *TikTok Affiliate* yaitu dengan cara mengunduh dan mengunggah ulang video milik kreator lain yang videonya sedang banyak ditonton oleh pengguna *TikTok*. Membagikan tautan link produk dengan harga yang lebih murah tanpa mengetahui kualitasnya. Hal itu dilakukan untuk menarik banyak konsumen yang membeli melalui link yang dibagikan sehingga dapat memperoleh komisi yang besar dari bisnis *TikTok Affiliate*. Kedua, bisnis *TikTok Affiliate* dapat dikategorikan dalam akad *ju'alah*, karena komisi diperoleh setelah kreator berhasil menyelesaikan pekerjaannya. Pada praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain tidak memenuhi syarat *amal* (pekerjaan) yang diharapkan mengandung manfaat yang jelas dan tidak melanggar syariat Islam. Tindakan tersebut mengandung manfaat akan tetapi dilakukan dengan cara yang merugikan orang lain untuk memperoleh keuntungan pribadi. Sedangkan menurut ketentuan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial, praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain tidak sesuai dengan pedoman dalam penyebaran konten/informasi, karena tidak memiliki hak terhadap video promosi tersebut.

Saran dalam penelitian ini diharapkan bagi anggota *affiliate* dapat menjalankan bisnis *TikTok Affiliate* sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dapat mengembangkan ide kreatifnya untuk membuat video sendiri dengan menarik. Bagi calon konsumen yang akan membeli produk melalui tautan *link* yang dibagikan oleh anggota *Affiliate*, seharusnya lebih teliti dan berhati-hati.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Tujuan Penelitian	13
F. Kegunaan Hasil Penelitian	14
G. Definisi Operasional	14
H. Metode Penelitian	16
I. Sistematika Pembahasan	20
BAB II AKAD <i>JU'ĀLAH</i> DAN FATWA DSN MUI NO. 24 TAHUN 2017 TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL	22
A. Akad <i>Ju'ālah</i>	22
1. Pengertian <i>Ju'ālah</i>	22
2. Dasar Hukum <i>Ju'ālah</i>	25
3. Rukun dan Syarat <i>Ju'ālah</i>	29
4. Pelaksanaan <i>Ju'ālah</i>	33

5. Pembatalan <i>Ju'ālah</i>	34
6. Perbedaan <i>Ju'ālah</i> dengan <i>Ijārah</i>	35
B. Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial.....	36
BAB III PRAKTIK PENGGUNAAN VIDEO ORANG LAIN UNTUK PROMOSI PADA BISNIS <i>TIKTOK AFFILIATE</i>	42
A. Gambaran Umum <i>TikTok Affiliate</i>	42
B. Syarat Pendaftaran <i>TikTok Affiliate</i>	46
C. Prosedur Pendaftaran <i>TikTok Affiliate</i>	48
1. Pendaftaran <i>TikTok Affiliate</i> sebagai <i>Seller</i> (Penjual).....	48
2. Pendaftaran <i>TikTok Affiliate</i> sebagai Kreator.....	50
D. Praktik Penggunaan Video Orang Lain untuk Promosi pada Bisnis <i>TikTok Affiliate</i> di <i>TikTok</i>	56
1. Profil Anggota <i>TikTok Affiliate</i>	56
2. Jenis Promosi pada Bisnis <i>TikTok Affiliate</i>	59
3. Praktik Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain tanpa Izin... 62	
4. Alasan Melakukan Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain . 67	
5. Kerugian Pihak Konsumen.....	68
6. Sanksi	70
BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM DAN FATWA DSN MUI NOMOR 24 TAHUN 2017 DALAM PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN VIDEO ORANG LAIN PADA BISNIS <i>TIKTOK AFFILIATE</i> DI <i>TIKTOK</i>	72
A. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi pada Bisnis <i>TikTok Affiliate</i> di <i>TikTok</i>	72
B. Analisis Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 terhadap Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain pada <i>TikTok Affiliate</i> di <i>TikTok</i>	79
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan dari 3 Macam Jenis Program <i>TikTok Affiliate</i>	49
Tabel 2. Daftar Anggota yang bergabung <i>TikTok Affiliate</i>	56



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif <i>TikTok</i> Terbesar	3
Gambar 2. Skema Sistem <i>Affiliate Marketing</i>	44
Gambar 3. Postingan Video Promosi yang dibuat oleh Kreator <i>TikTok Affiliate</i> ..	45
Gambar 4. Menambahkan Produk dan Tampilan Komisi yang akan diperoleh ...	52
Gambar 5. Memberi Nama Produk yang akan dipromosikan	52
Gambar 6. Tampilan Sampel Gratis pada Produk di <i>TikTok Affiliate</i>	60
Gambar 7. Penggunaan Video milik Kreator Lain untuk Promosi	62
Gambar 8. Tampilan Komentar dan <i>Link</i> Produk milik kreator	63
Gambar 9. <i>Link</i> Produk yang dibagikan oleh @racunoutfituy	64



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet menjadi bagian dari adanya perkembangan teknologi yang terus berkembang dengan cepat seiring kemajuan zaman. Pada saat ini, internet telah menjadi kebutuhan bagi seluruh masyarakat. Sehingga keberadaan internet di tengah-tengah masyarakat menjadi hal yang lumrah. Internet menawarkan kemudahan bagi masyarakat, maka tidak heran jika saat ini pengguna internet menjadi sangat banyak. Masyarakat memanfaatkan keberadaan internet dalam berbagai hal seperti mengakses informasi, sarana bergaul atau bersosialisasi, mencari hiburan, bahkan digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dalam mencari nafkah dengan memanfaatkan peluang bisnis.¹

Keberadaan internet ini membawa pengaruh yang cukup besar dalam dunia bisnis. Salah satu pengaruh internet bagi dunia bisnis yaitu adanya perdagangan secara elektronik. Perdagangan secara elektronik dilakukan pada transaksi secara elektronik atau *e-commerce* yang disebut juga jual beli online. Jual beli online memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli karena transaksi dilakukan melalui jaringan internet sehingga tidak perlu bertemu secara langsung.²

¹ Adhi Prasetyo, *Konsep Dasar E-Commerce* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 55.

² Ardiana Hidayah, "Jual Beli *E-Commerce* dalam Perspektif Hukum Islam", *SOLUSI: Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, no. 1 (01 Januari, 2019): 84. accessed Desember 10, 2022, <https://doi.org/10.36546/solusi.v17i1.155>.

Selain memberikan pengaruh pada perkembangan perdagangan secara elektronik, internet juga telah membuat pergeseran baru dalam dunia bisnis khususnya dalam hal strategi pemasaran melalui media online. Pemasaran secara online (*digital marketing*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan keberadaan teknologi dengan tujuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dengan cara menyesuaikan kebutuhan mereka. Saat ini, para pelaku bisnis sudah banyak yang melakukan *digital marketing* untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Hal itu dilakukan dengan membuat sebuah konten berupa foto atau video untuk dapat menarik konsumen agar membeli produknya, lalu dibagikan melalui media sosial.³

Media sosial merupakan situs online di mana penggunanya dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan sebuah kreativitas yang isinya meliputi jejaring sosial, *blog*, *wiki*, dan forum. Terdapat 5 (lima) jenis *platform* media sosial yang saat ini menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *WhatsApp* dan *TikTok*.⁴

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang digunakan oleh para penggunanya dengan mudah untuk membuat video pendek yang didukung dengan musik, baik itu video tarian, menirukan gerakan, dan video-video parodi lainnya yang

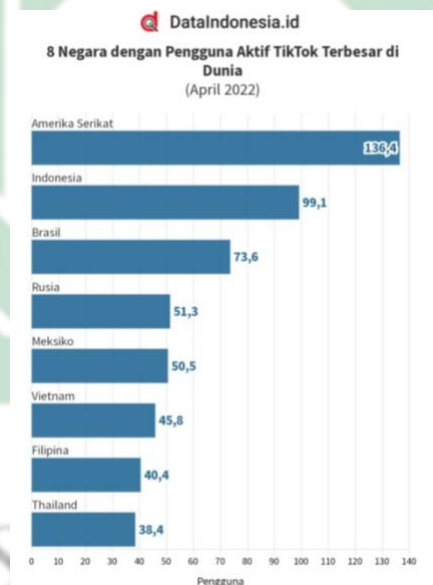
³ Ryan Priatama, et.al “Analisis Teknik *Digital Marketing* pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok* @jogjafoodhunterofficial”, *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, no.1 (Juni, 2021): 50. accessed Desember 14, 2022, <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

⁴ Bagus Prianbodo, “Pengaruh *TikTok* Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya” (Skripsi--Stik Almamater Wartawan Surabaya, 2018), 2.

didukung dengan berbagai efek spesial serta fitur-fitur menarik di dalamnya.⁵ *TikTok* menjadi salah satu media sosial yang dapat memberikan tempat bagi para penggunanya untuk dapat berekspresi dan berkreaitivitas melalui konten video yang dibuat.⁶

Saat ini, *TikTok* telah menjadi salah satu media sosial yang paling populer di seluruh dunia. Berikut ini data mengenai delapan negara dengan pengguna aktif *TikTok* terbesar di dunia pada tahun 2022:

Gambar 1. Data Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif *TikTok* Terbesar



Sumber: DataIndonesia.id

Berdasarkan data dari *We Are Social*, *TikTok* telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) secara global hingga kuartal I/2022. Indonesia sendiri menduduki urutan kedua sebagai negara

⁵ Yani Sri Mulyani et al., “Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi”, *Hospitality*, no. 1 (01 Juni, 2022): 292. accessed Desember 10, 2022, <https://doi.org/10.47492/jih.v1i1i1.1612>.

⁶ Ryan Priatama et al., “Analisis Teknik *Digital Marketing*”, 50.

dengan pengguna aktif *TikTok* terbesar di dunia. Dengan jumlah pengguna aktif *TikTok* sebesar 99,1 juta orang.⁷

Hal tersebut membuat *TikTok* terus mengembangkan inovasi pada fitur-fitur dalam aplikasinya karena tingginya antusiasme dari masyarakat. Pada bulan April 2021, *TikTok* memunculkan fitur baru yang berhubungan dengan dunia bisnis yaitu fitur *TikTok Shop*. *TikTok Shop* merupakan fitur yang dapat digunakan untuk transaksi jual beli melalui aplikasi *TikTok* langsung. Mulai dari katalog produk, layanan *chat* dengan penjual hingga pembayaran dilakukan langsung di aplikasi *TikTok* tersebut.⁸

Keberadaan *TikTok Shop* sebagai sarana berbelanja online telah mengubah peran *TikTok* menjadi semakin luas. Kini *TikTok* telah menghadirkan sebuah program yaitu *TikTok Shop Affiliate* atau *TikTok Affiliate*. Program ini berguna bagi penggunanya yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan melalui aplikasi *TikTok*.⁹

TikTok Affiliate merupakan program yang dibuat oleh *TikTok* sebagai sarana penghubung antara kreator dan penjual (*seller*). Kreator akan membuat video untuk mempromosikan produk yang dijual oleh *seller*. Hal tersebut akan menguntungkan bagi *seller* untuk meningkatkan penjualan. Namun, kreator

⁷ Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna *TikTok* Indonesia Terbesar Kedua di Dunia", 12 Juli, 2022, accessed 10 Desember 10, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>.

⁸ Irsa Ardia, "Apa Itu *TikTok Shop*? Ini Penjelasan dan Cara Belanja di Fitur Baru *TikTok*", 20 September, 2021, accessed Desember 10, 2022, <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknopr-702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dan-cara-belanja-di-fitur-baru-tiktok>.

⁹ Nisa Maulan Shofa, "*TikTok Affiliate*: Syarat, Cara Daftar, Cara Kerja, Cara Cek Komisi", 9 Februari, 2023, accessed Februari 10, 2023, <https://www.kitalulus.com/gaya-hidup/tiktok-affiliate>.

juga akan diuntungkan karena dapat memperoleh kesempatan untuk mendapat komisi dari program *TikTok Affiliate* ini.¹⁰

Sistem kerja dari bisnis *TikTok Affiliate* yaitu anggota *affiliate* atau kreator diharuskan membuat dan mengunggah video yang mempromosikan suatu produk di akun *TikTok* miliknya. Dalam video yang mempromosikan produk tersebut juga dicantumkan tautan *link* untuk membeli produk itu. Pada bisnis *TikTok Affiliate*, tautan *link* produk tersebut berada dalam logo keranjang kuning. Apabila pengguna lain (konsumen) membeli produk melalui keranjang kuning tersebut, maka kreator akan memperoleh komisi. Komisi akan dibayarkan secara otomatis dengan persentase tertentu dari penjualan. Persentase besaran komisi tersebut berdasarkan ketentuan penjual (*seller*).¹¹

Terdapat 2 (dua) jenis pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*, yaitu sebagai *seller* (penjual) maupun sebagai kreator. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna saat mendaftar. Agar dapat mendaftar *TikTok Affiliate*, diharuskan untuk memiliki akun *TikTok Shop* terlebih dahulu. Syarat untuk dapat membuat akun *TikTok Shop* yaitu memiliki lebih dari 1000 pengikut, minimal berusia 18 tahun, dan telah mengunggah video setidaknya dalam 28 hari terakhir.¹²

¹⁰ Desy Yuliasuti, Cara Daftar *TikTok Affiliate* Terbaru untuk Dapat Komisi”, 23 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>.

¹¹ Chyntia Sami Bhayangkara, “Berapa Komisi *TikTok Affiliate*? Ini Keuntungan dan Cara Kerjanya”, 18 Agustus, 2022, accessed Februari 11, 2023, <https://www.suara.com/news/2022/08/18/171000/berapa-komisi-tiktok-affiliate-ini-keuntungan-dan-cara-kerjanya>.

¹² Nisa Maulan Shofa, “*TikTok Affiliate*: Syarat, Cara Daftar, Cara Kerja, Cara Cek Komisi”, 9 Februari, 2023, accessed Februari 10, 2023, <https://www.kitalulus.com/gaya-hidup/tiktok-affiliate>.

Sebelum memulai bisnis *TikTok Affiliate*, untuk *seller* terdapat tiga jenis program afiliasi yang dapat dipilih yaitu pertama program toko, menetapkan satu komisi yang sama untuk semua produk. Kedua, program terbuka yaitu menetapkan komisi yang berbeda-beda dan terbuka untuk semua kreator. Ketiga, program bertarget yaitu mengundang kreator terpilih saja. Sedangkan bagi kreator untuk memulai bisnis *TikTok Affiliate* dapat diawali dengan memilih produk yang dirasa cocok dan menarik untuk dipromosikan. Setelah itu dapat mengajukan sampel gratis kepada *seller* atau bisa juga membeli sendiri produk tersebut. Selanjutnya dapat memulai untuk membuat video promosi yang menarik mengenai produk tersebut.¹³

Menurut Abu Azam Al-Hadi, manusia dalam kehidupannya selalu melaksanakan kegiatan yang dilakukan orangnya sendiri dan ada juga yang dilaksanakan orang lain, dengan kata lain menyuruh seseorang karena dia sendiri tidak bisa melaksanakan sendiri. Dalam Islam, kegiatan yang tidak bisa dilaksanakan sendiri kemudian menyuruh orang lain yang harus diberi imbalan termasuk dalam akad *Ju'alah*. Akad *Ju'alah* merupakan imbalan tertentu yang diberikan kepada seseorang karena sesuatu yang dikerjakannya.¹⁴ Dalam hal ini, transaksi pada bisnis *TikTok Affiliate* dikategorikan dalam akad *Ju'alah*, karena pemberian komisi dilakukan ketika terjadi penjualan melalui *link* yang dibagikan oleh kreator *affiliate* tersebut.

¹³ Alisatul Aini, "*TikTok Affiliate: Pengertian, Syarat Daftar, Cara Kerja dan Strateginya*", *Communication Graduate*, 01 Agustus, 2022, accessed Desember 17, 2022, <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-tiktok-affiliate>.

¹⁴ Abu Azzam Al-Hadi, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 198.

Namun, pada praktiknya terdapat beberapa orang pada bisnis *TikTok Affiliate* ini yang melakukan promosi yaitu dengan menggunakan video milik orang lain. Praktik ini dilakukan dengan mengunggah ulang video milik kreator lain, kemudian mencari produk yang terlihat sama dengan yang ada dalam video. Setelah itu membagikan tautan *link* yang dimiliki tetapi tidak mengetahui kualitas produknya sama atau tidak dengan yang ada di video. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan komisi tanpa mau bersusah payah mengembangkan pikiran dan juga kreativitasnya dalam menciptakan video promosi yang menarik.

Dampak yang ditimbulkan dari praktik tersebut dapat merugikan pemilik asli video dan konsumen yang membeli produk. Pemilik asli video telah berusaha membuat video yang menarik, namun orang lain dengan begitu saja mengambil video tersebut untuk dimanfaatkan demi memperoleh komisi. Apalagi jika pemilik asli video juga bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*, tentunya hal tersebut sangat merugikan pemilik asli video. Konsumen juga akan merasa dirugikan ketika membeli produk yang dikira sama dengan yang ada pada video, karena dalam video produk tersebut terlihat bagus dan menarik. Namun ketika produk telah diterima ternyata tidak sesuai dengan yang ada dalam video promosi.

Bentuk praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain dapat dilihat dalam postingan video yang dibuat oleh akun *TikTok @racunoutfituy*. Video yang diunggah oleh akun *@racunoutfituy* merupakan video yang diunduh dari akun *TikTok @gl.dinn*. Dalam video yang diunggah ulang

tersebut juga dicantumkan tautan *link* produk yang ada dalam video. Akan tetapi tidak mengetahui kualitas dari produk tersebut sesuai atau tidak dengan yang ada di video. Padahal pemilik asli video juga bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*, karena dalam postingan videonya juga membagikan tautan *link* produk yang dipakai. Pemilik akun *@racunoutfituy* ingin memperoleh komisi dari bisnis *TikTok Affiliate*, namun tidak mau bersusah payah membuat video promosi yang menarik. Tindakan yang dilakukan justru memanfaatkan video milik orang lain untuk mendapat keuntungan pribadi.

Hanya memikirkan keuntungan semata namun merugikan banyak orang merupakan tindakan yang dilarang dalam Islam. Sehingga promosi dengan mengambil video orang lain tidak sejalan dengan salah satu syarat *amal* (pekerjaan) dalam akad *ju'alah*, dimana seharusnya pekerjaan yang dilakukan dapat mengandung manfaat yang jelas dan tidak melanggar syariat Islam.

Menurut ketentuan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial dalam pasal pertama angka (1) dijelaskan bahwa dalam bermuamalah melalui media sosial harus dijalankan tanpa melanggar aturan agama serta aturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam fatwa ini juga diatur semua pedoman dalam bermuamalah mulai dari pedoman verifikasi konten/informasi, pedoman pembuatan konten/informasi, hingga pedoman dalam penyebaran konten/informasi.

Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 dijadikan sebagai alat analisis dalam penelitian ini karena dalam fatwa tersebut telah dijelaskan mengenai

ketentuan-ketentuan mengenai cara bermuamalah dalam penggunaan media sosial yang baik dan bijak sesuai dengan syariat Islam. Hal itu berhubungan dengan fokus dalam penelitian ini yaitu bermuamalah melalui media sosial *TikTok* pada bisnis *TikTok Affiliate*.

Dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai **“Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial terhadap Praktik Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka penulis memberikan identifikasi dan batasan masalah agar penelitian ini dapat terfokus pada pokok permasalahan yang dikaji. Berikut beberapa masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis yaitu :

1. Membagikan tautan *link* produk tanpa mengetahui kualitasnya sama atau tidak dengan yang ada dalam video milik orang lain tersebut.
2. Kerugian pemilik asli video akibat video miliknya dimanfaatkan untuk mendapat keuntungan pribadi.
3. Kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian barang yang dipromosikan.
4. Praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain tanpa izin pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.
5. Pandangan hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 terhadap penggunaan video orang lain untuk promosi pada bisnis *TikTok*

Affiliate di aplikasi *TikTok*.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dipaparkan oleh penulis diatas, maka penulis memberikan batasan masalah agar pembahasan yang dijelaskan menjadi sistematis dan jelas. Berikut adalah batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Praktik promosi dengan menggunakan video orang lain tanpa izin pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.
2. Pandangan hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 terhadap praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di aplikasi *TikTok*.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk praktik promosi dengan menggunakan video orang lain tanpa izin pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*?
2. Bagaimana analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 terhadap praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*?

D. Kajian Pustaka

Berikut ini beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain, sehingga dapat diketahui persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Agar tidak terjadi pengulangan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada.

Skripsi yang ditulis oleh Ria Listika Dewi pada tahun 2022 dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam tentang Perolehan Komisi *Live Streaming TikTok* (Studi pada *Host Talent TikTok* di Kosan Ar-Rahma Sukarame Bandar Lampung)”.¹⁵ Persamaan dengan penelitian ini terletak pada analisis hukum Islam yang dipakai yaitu akad *ju’alah* dan mengenai perolehan komisi dari aplikasi *TikTok*. Namun, memiliki perbedaan pada masalah yang diangkat yaitu penelitian Ria Listika Dewi membahas mengenai cara memperoleh komisi dari kegiatan *live streaming* pada aplikasi *TikTok* yang dianalisis menurut ketentuan akad *ju’alah*. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai praktik promosi yang dilakukan dengan mengambil video milik orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* yang dianalisis menurut akad *ju’alah* dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial.

Skripsi yang ditulis oleh Arina Nur Azizah pada tahun 2022 dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Aplikasi Penghasil Uang dalam *Shopee Affiliate* Program pada Aplikasi *Shopee*”.¹⁶ Persamaan dengan penelitian ini terletak pada analisis teori akad *Ju’alah* serta sama-sama membahas mengenai bisnis *Affiliate Marketing*. Sedangkan perbedaannya pada penelitian tersebut membahas mengenai hukum perolehan komisi dari aplikasi penghasil uang

¹⁵ Ria Listika Dewi, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Perolehan Komisi Live Streaming TikTok (Studi Pada Host Talent TikTok di Kosan Ar-Rahma Sukarame Bandar Lampung)” (Skripsi--UIN Raden Intan, Lampung, 2022).

¹⁶ Arina Nur Azizah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang dalam *Shopee Affiliate* Program pada Aplikasi *Shopee*” (Skripsi--UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2022).

dalam *Shopee Affiliate* program. Pada penelitian ini membahas mengenai hukum memperoleh komisi dari praktik promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain.

Skripsi yang ditulis oleh Hijar Ifyan pada tahun 2022 dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember yang berjudul “Implementasi Akad *Ju’alah* dalam Aplikasi *TikTok* (Mahasiswi UIN KHAS Jember)”.¹⁷ Persamaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu akad *ju’alah* dan sama-sama membahas tentang memperoleh komisi dari aplikasi *TikTok*. Namun, terdapat perbedaan pada masalah yang diangkat yaitu pada penelitian tersebut membahas tentang cara mendapatkan imbalan dari aplikasi *TikTok* dengan menjalankan beberapa perintah seperti mengundang teman atau pengguna baru. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak hanya menggunakan analisis akad *ju’alah* tetapi juga menggunakan analisis Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial.

Skripsi yang ditulis oleh Adinda Widya Nurrohmah pada tahun 2022 dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul “Praktik Monetisasi pada Aplikasi *TikTok* Tinjauan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju’alah* dan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi di akun *TikTok Tips Skincare @rikhalaila*)”.¹⁸ Persamaan dengan penelitian ini

¹⁷ Hijar Ifyan, “Implementasi Akad *Ju’alah* dalam Aplikasi *TikTok* (Mahasiswi UIN KHAS Jember)” (Skripsi--UIN KIAI Haji Achmad Shiddiq, Jember, 2022).

¹⁸ Adinda Widya Nurrohmah, “Praktik Monetisasi pada Aplikasi *TikTok* Tinjauan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju’alah* dan Undang-Undang Nomor 11

yaitu landasan teori yang digunakan akad *ju'alah* dan pembahasan mengenai memperoleh komisi dari aplikasi *TikTok*. Sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan yang diangkat pada penelitian tersebut yaitu hukum dari praktik monetisasi pada akun *TikTok* @rikhalaila yang ditinjau berdasarkan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju'alah* dan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu, belum ada yang membahas secara spesifik mengenai analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 dalam praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dihasilkan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.
2. Untuk mengetahui analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 terhadap praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi di akun *TikTok Tips Skincare* @rikhalaila)” (Skripsi--UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2022).

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian ini sekurang-kurangnya dapat berguna untuk dua hal yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan bagi pembaca terkait pandangan hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 terhadap bisnis *TikTok Affiliate* terutama dalam hal penggunaan video milik orang lain dalam menjalankan bisnis *TikTok Affiliate* tersebut.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber informasi bagi para rekan mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian dalam bidang yang sama. Selain itu penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak terkait khususnya anggota *affiliate* pada bisnis *TikTok Affiliate* untuk mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan dari video yang dibuat. Serta untuk konsumen agar lebih selektif ketika melakukan transaksi pembelian melalui *link* yang dibagikan oleh kreator *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat beberapa penjelasan mengenai pengertian yang bersifat operasional dari konsep atau variabel penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk menelusuri, menguji, atau mengukur variabel

tersebut melalui penelitian.¹⁹ Dari penelitian yang berjudul “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial Terhadap Praktik Promosi Dengan Menggunakan Video Orang Lain pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*”, untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan untuk menghindari terjadi kesalahpahaman pembaca dalam memahami judul ini, maka penulis memberikan definisi operasional terhadap judul yang diangkat yaitu :

1. Hukum Islam adalah seperangkat aturan yang mengatur segala aspek kehidupan kaum muslimin yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis. Dalam hal ini, hukum Islam yang digunakan dalam penelitian ini yaitu akad *Ju'alah*. Akad *Ju'alah* merupakan imbalan yang diberikan kepada seseorang karena orang tersebut telah menyelesaikan suatu pekerjaan atau perbuatan tertentu.
2. Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 adalah fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia mengenai hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial. Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 dijadikan sebagai alat analisis karena dalam fatwa tersebut telah dijelaskan mengenai ketentuan-ketentuan mengenai cara bermuamalah dalam penggunaan media sosial yang baik dan bijak sesuai dengan syariat Islam. Hal itu berhubungan dengan fokus dalam penelitian ini yaitu bermuamalah melalui media sosial *TikTok*.
3. Penggunaan video orang lain untuk promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* di

¹⁹ Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Hukum, *Petunjuk Penulisan Skripsi* (Surabaya: t.tp, 2018), 8.

TikTok

Menjalankan bisnis *TikTok Affiliate* dengan cara mempromosikan suatu produk melalui video yang dibuat, namun video yang dibuat bukan miliknya sendiri melainkan mengambil video milik orang lain yang sedang populer. Video tersebut diunggah ulang dalam akun *TikTok* miliknya dengan menautkan *link* produk yang memiliki harga lebih murah. Namun tidak mengetahui kualitas produk tersebut sama atau tidak dengan yang ada dalam video. Hal itu dilakukan untuk menarik minat konsumen agar dapat membeli melalui tautan *link* yang dibagikan sehingga dapat memperoleh komisi yang besar.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan pemeriksaan pada data yang telah didapatkan. Metode penelitian yang didapatkan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis untuk mengkaji permasalahan yang menjadi fokus dari penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan data yang diinginkan oleh penulis secara detail mengenai praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di aplikasi *TikTok* yang ditinjau dari segi hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017.

2. Data yang dikumpulkan

Data merupakan segala informasi baik lisan atau tulisan, gambar atau foto yang memberikan kontribusi menjawab masalah penelitian sebagaimana telah dipaparkan dalam rumusan masalah atau fokus penelitian.²⁰ Berikut ini data yang diperoleh penulis dari penelitian ini :

- a. Gambaran umum mengenai bisnis *TikTok Affiliate*.
- b. Syarat pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*.
- c. Prosedur pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*.
- d. Proses memasukkan tautan *link* produk pada video di *TikTok*.
- e. Proses penarikan komisi pada bisnis *TikTok Affiliate*.
- f. Pengajuan sampel produk gratis pada bisnis *TikTok Affiliate*.
- g. Praktik promosi dengan menggunakan video orang lain di *TikTok*

3. Sumber Data

Sumber data merupakan asal atau sumber tempat diperolehnya data.

Berikut ini sumber data yang didapatkan penulis dalam melakukan penelitian ini :

a. Sumber Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan. Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh dari beberapa orang yaitu Eka Putri, Laily Rosyidah, Diana Tri Vauziyah, Maysarah selaku kreator *TikTok Affiliate* dan Eka Widia Astuti, Nurul Abidah selaku anggota *affiliate*

²⁰ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 146.

yang menggunakan video orang lain untuk promosi pada bisnis *TikTok Affiliate*.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh bukan dari pihaknya langsung melainkan dari perantara lain. Sumber data sekunder yang didapatkan oleh penulis berasal dari aplikasi *TikTok* dan *website* dari pendaftaran *TikTok Affiliate* yaitu pada *link* <https://seller.tiktokglobalshop.com/business/id/affiliate>.

4. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini guna mendapatkan informasi yang diperlukan oleh penulis terkait permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dari seorang narasumber dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang terkait dengan topik penelitian.²¹ Data yang diperoleh dalam wawancara pada penelitian ini yaitu data mengenai gambaran umum bisnis *TikTok Affiliate*, syarat dan prosedur pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*, proses memasukkan tautan *link* produk pada video di *TikTok*, proses penarikan komisi pada bisnis *TikTok Affiliate*, pengajuan sampel produk gratis, cara membuat konten promosi yang sesuai dengan

²¹ Johny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Depok: Prenada Media Group, 2018), 90.

ketentuan serta alasan dari anggota *affiliate* yang menggunakan video orang lain untuk promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara mencari informasi dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa catatan peneliti, gambar atau foto, maupun tulisan atau karya seseorang.²² Pada penelitian ini data yang dikumpulkan oleh penulis berasal dari dokumen terkait unggahan video promosi oleh kreator *TikTok Affiliate* di aplikasi *TikTok* serta dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan penulis setelah semua data-data yang diperlukan telah terkumpul adalah sebagai berikut :

a. *Editing* merupakan pemeriksaan kembali data yang telah didapatkan dari berbagai segi terutama kesesuaian, kejelasan dan relevansinya dengan permasalahan yang diteliti. Maka dalam tahap ini penulis akan memeriksa data-data yang berhubungan dengan praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada *TikTok Affiliate* yang telah dikumpulkan oleh penulis.

b. *Organizing* merupakan teknik pengolahan data dengan cara menyusun data yang diperoleh sesuai kerangka untuk mendapatkan gambaran

²² Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif* (Sleman: Deepublish, 2020), 59.

analisis permasalahan.²³ Dengan menggunakan teknik ini diharapkan penulis dapat memperoleh gambaran mengenai praktik promosi dengan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

- c. *Analyzing* merupakan analisis lanjutan yang diberikan terhadap hasil penyuntingan dan penyusunan data yang didapat dari sumber penelitian, dengan teori dan argumen lain yang dipakai untuk menarik kesimpulan terhadap praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok* sehingga mendapatkan suatu kesimpulan.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu ketika suatu data yang telah terkumpul dipelajari untuk dapat memperoleh kesimpulan sebagai jawaban dari masalah atau pertanyaan yang muncul dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik deskriptif analisis, yaitu menggambarkan dan menguraikan data tentang praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok* yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan hukum Islam yaitu akad *Ju'alah* dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial.

I. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini dapat tersusun secara sistematis sesuai dengan bidang kajian yang dibahas untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi

²³ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 154.

penelitian, maka disusunlah sistematika bahasan yang terdiri dalam 5 (lima) bab dengan sub bab yang saling berhubungan sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi mengenai pembahasan akad *ju'alah* yang mencakup pengertian, dasar hukum, rukun *ju'alah*, syarat *ju'alah*, pelaksanaan *ju'alah*, pembatalan *ju'alah*. Selain itu, dalam bab ini juga membahas mengenai ketentuan dalam Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 mengenai hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial.

Bab ketiga berisi mengenai praktik penggunaan video orang lain untuk promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* yang terbagi menjadi empat sub bab pembahasan yaitu gambaran umum bisnis *TikTok Affiliate*, syarat pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*, prosedur pendaftaran pada bisnis *TikTok Affiliate*, tahapan yang dilakukan kreator setelah mendaftar *TikTok Affiliate* serta hasil temuan mengenai bentuk praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate*.

Bab keempat berisi mengenai analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017 terhadap praktik promosi dengan menggunakan video orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*.

Bab kelima berisi penutup dari pembahasan pada penelitian ini yang terdiri dari dua sub bab yaitu kesimpulan dan saran.

BAB II

AKAD *JU'ĀLAH* DAN FATWA DSN MUI NO. 24 TAHUN 2017

TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH

MELALUI MEDIA SOSIAL

A. Akad *Ju'ālah*

1. Pengertian *Ju'ālah*

Kata *Ju'ālah* disebut juga dengan *ja'ālah*, *ji'ālah*, atau *ja'īlah* yang berasal dari *fi'il mādli* yang merupakan bentuk dasar dalam bahasa Arab yaitu *ja'ala*.¹ *Ju'ālah* (pemberian upah) menurut bahasa yaitu apa yang diberikan kepada seseorang karena sesuatu yang telah dikerjakannya.² Sedangkan, menurut arti *syar'i ju'ālah* yaitu menetapkan atau menjanjikan suatu imbalan atau upah yang jelas atas suatu tugas yang telah ditentukan. Upah atau imbalan dari akad *ju'ālah* ini harus jelas bentuk, nilai, serta kadarnya.³

Menurut *encyclopedia of economics*, *ju'ālah* memiliki makna upah, hadiah atau persentase yang dijanjikan oleh seseorang atau suatu lembaga kepada orang lain yang dapat melakukan suatu kegiatan dengan tujuan tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau perorangan.⁴

¹ Abdur Rahman, "Analisis Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Multi Level Marketing* (MLM) (Studi atas Marketing Plan www.Jamaher.Network)", *Al-Adalah*, no. 2 (Desember, 2016): 180. accessed Januari 26, 2023, <https://media.neliti.com/media/publications/197204-ID-analisis-penerapan-akad-jualah-dalam-mul.pdf>.

² Abu Azam Al Hadi, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 198.

³ Segaf Hasan Bhaharun, *Fiqih Mu'amalat (Kajian Fiqih Mu'amalat dalam Madzhab Imam Syafi'ira)* (Bangil: Yayasan Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah, t.t), 307.

⁴ Habib Nazir dan Muhammad Hasanuddin, *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Bandung: Kaki Langit, 2004), 294.

Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 62 Tahun 2007 Tentang Akad *Ju'alah* dalam pasal pertama angka (1) dijelaskan bahwa *ju'alah* yaitu janji atau komitmen (*iltizam*) guna memberikan imbalan (*reward/ 'iwadh/ju'l*) tertentu yang diberikan *ja'il* (orang yang berjanji memberikan imbalan) kepada *maj'ul* (pihak yang melaksanakan *ju'alah*) atas perolehan dari pekerjaan.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) menjelaskan pengertian dari *ju'alah* yaitu kesepakatan antara pihak pertama dan pihak kedua yang mana pihak pertama akan memberikan imbalan atas pelaksanaan tugas atau jasa yang telah dilakukan oleh pihak kedua guna kepentingan bersama.⁵

Dalam kehidupan sehari-hari, para Fuqaha memberikan istilah *ju'alah* yaitu memberi upah kepada orang lain yang dapat menemukan barangnya yang hilang atau mengobati orang yang sakit atau menggali sumur sampai memancarkan air atau seseorang menang dalam sebuah kompetisi. Jadi, *ju'alah* tidak hanya terbatas mengenai barang yang hilang, akan tetapi mengenai setiap pekerjaan yang dapat menguntungkan bagi seseorang.⁶

Beberapa ulama mazhab memberikan definisi mengenai akad *ju'alah* yaitu sebagai berikut :⁷

- a. Mazhab Syāfi'i memberikan definisi mengenai akad *ju'alah* yaitu ketika seseorang menjadikan suatu upah bagi orang lain yang telah melaksanakan pekerjaan tertentu, misalnya mengembalikan sesuatu

⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Cet 5. (Jakarta: Kencana, 2019), 312.

⁶ Abdul Rahman Ghazaly et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 141.

⁷ Abdur Rahman, "Analisis Penerapan Akad *Ju'alah*", 183-184.

yang hilang, budak yang hilang, membangun tembok, menjahit pakaian dan pekerjaan apa saja yang mungkin untuk dapat diberikan upah. *Ju'alah* juga diartikan sebagai komitmen untuk memberikan kompensasi yang jelas atas suatu pekerjaan yang sudah diketahui maupun yang belum diketahui.

- b. Mazhab Hambali memberikan definisi mengenai akad *ju'alah* yang mana definisi tersebut hampir sama dengan definisi yang telah diberikan oleh mazhab Syāfi'i di atas, *ju'alah* yaitu ketika seseorang menjadikan sesuatu sebagai upah bagi yang dapat mengembalikan budak yang hilang atau hewan yang hilang, membangun, menjahit atau melaksanakan pekerjaan apa pun yang dapat diupahkan.
- c. Mazhab Maliki memberikan definisi yaitu *Al-Ja'alah*, jimi-nya boleh dibaca *fathah (ja'alah)*, dengan kasrah (*ji'alah*) atau pun *dhummah (ju'alah)* yaitu sesuatu yang dijadikan upah atas suatu pekerjaan.
- d. Mazhab Hanāfi memberikan definisi yaitu *Al-ju'lu* adalah sesuatu yang dijadikan untuk seseorang karena telah melaksanakan pekerjaan, begitu juga *ji'alah* maupun *ja'alah* yaitu harta yang dijadikan syarat untuk sesuatu pekerjaan.⁸

Berdasarkan penjelasan dari arti *ju'alah* menurut keempat mazhab di atas, dapat dipahami bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai *ju'alah* yaitu pemberian atau upah yang diberikan kepada seseorang sebagai imbalan atas pekerjaan yang telah diselesaikan.

⁸ Abdur Rahman, "Analisis Penerapan Akad *Ju'alah*", 184.

Dari berbagai penjelasan di atas mengenai pengertian dari akad *ju'alah*, maka dapat disimpulkan bahwa *ju'alah* merupakan suatu kesepakatan untuk memberikan upah atau komisi yang diberikan oleh *ja'il* (orang yang memberi pekerjaan) terhadap pekerjaan tertentu yang telah dilakukan oleh *maj'ul* (orang yang melakukan pekerjaan). Dapat dipahami bahwa *ju'alah* lebih didasarkan pada hasil dari pekerjaan itu dari pada prosesnya. Apabila pekerjaan tersebut berhasil diselesaikan, maka akan memperoleh upah atau imbalan yang didapat dari pihak yang menawarkan pekerjaan tersebut. Pekerjaan yang menjadi objek dari transaksi dapat berupa apa saja, selama bukan suatu pekerjaan yang dilarang oleh syariat Islam.

2. Dasar Hukum *Ju'alah*

Hukum akad *ju'alah* menurut para ahli fiqih termasuk Mazhab Syāfi'i, Maliki dan Hanbali sepakat bahwa hukumnya boleh (*jaiẓ*). Hal tersebut berlandaskan pada :

a. Al-Qur'an

Allah berfirman dalam QS. Yusuf ayat 72 :

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

"Mereka menjawab, "Kami kehilangan piala (tempat minum) raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta, dan aku jamin itu." (QS. Yusuf (12) : 72)⁹

⁹ Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), 244.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang mampu menemukan piala milik raja, maka akan diberikan imbalan berupa bahan makanan yang memiliki berat sebesar unta. Hal ini dapat dipahami bahwa bolehnya memberikan upah kepada orang yang telah melakukan pekerjaan berupa menemukan piala raja. Dan raja tersebut wajib hukumnya untuk memberikan imbalan sesuai dengan yang diucapkannya kepada orang yang telah menemukan barang tersebut, karena hal itu merupakan hak bagi seorang penemu.

b. Hadis

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ رَحْمَةَ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ أَبِي الْمُتَوَكِّلِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَتَوْا عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَفْرُوهُمْ فَبَيَّنَمَا لَهُمْ كَذَلِكَ إِذْ لَدِغَ سَيْدُ أَوْلِيكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ؟ فَقَالُوا: إِنَّكُمْ لَمْ تَفْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعَلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمِّ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بُرَاقَهُ وَيَتَنَفَّلُ فَبَرَأَ فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا: لَا تَأْخُذْهُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ: "وَمَا أَذْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَةٌ حُدُوها وَاضْرِبُوا لِي بِسَهْمٍ" (رواه البخاري)

"Menceritakan kepadaku Muhammad bin Basyar menceritakan kepada kami Ghundar menceritakan kepada kami Syu'bah dari Abi Bisyr dari Abi al-Mutawakkil dari Abi Sa'id al-Khudriy r.a sesungguhnya beberapa orang sahabat Nabi Muhammad SAW berkunjung ke salah satu suku Arab, tetapi mereka tidak mau menghormati Sahabat Nabi Saw tersebut. Ketika itulah pemimpin suku tadi disengat oleh kala, mereka bertanya kepada Sahabat Nabi Saw: "Apakah diantara kalian ada yang membawa obat atau yang bisa menyuak", para Sahabat Nabi Saw itu menjawab: "berhubung kalian tidak mau menghormati kami, maka apa yang akan kami

lakukan haruslah mendapat upah atau imbalan”. Akhirnya mereka mendapat imbalan berupa seekor kambing. Salah seorang sahabat Nabi Saw maju kedepan setelah ia membaca al-Qur’an lalu mengumpulkan ludahnya lalu ditiupnya, maka sembuhlah pemimpin suku tersebut. Mereka lalu memberikan kambing yang dijanjikan tersebut. Tetapi para sahabat Nabi Saw berkata: “kita belum bisa menerimanya begitu saja sebelum kita menanyakan masalahnya kepada Nabi Muhammad Saw”, mendengar pertanyaan mereka itu, Beliau tersenyum dan bersabda: “tidak taukah kamu bahwasannya surat al-Fatihah itu merupakan suwak”. Baiklah, terima saja kambing tersebut dan jangan lupa beri aku bagian. (H.R Bukhari)¹⁰

Hadis inilah yang dijadikan sebagai dasar diperbolehkannya akad *ju’alah* dalam Islam serta pemberian upah atau imbalan atas suatu pekerjaan yang telah diselesaikan. Perbuatan yang dilakukan oleh seorang sahabat pada Hadis di atas adalah perbuatan yang halal karena melakukan sesuatu yang bermanfaat dalam hal kebaikan, bukan sesuatu yang dilarang oleh Islam. Bagi seseorang yang dijanjikan akan diberi upah atau imbalan apabila telah menyelesaikan suatu pekerjaan, maka ketika ia telah menyelesaikan pekerjaan tersebut harus diberi imbalan sesuai dengan yang dijanjikan.¹¹

c. Ijma’

Menurut ulama Maliki, Syāfi’i dan Hambali sepakat bahwa akad *ju’alah* diperbolehkan. Hal tersebut didasarkan pada kisah Nabi Yusuf beserta saudaranya.¹² Akad *ju’alah* dibutuhkan oleh manusia untuk

¹⁰ Muhammad bin Isma’il Abu Abdillah al-Bukhari al-Ju’fi, *Shahih Bukhari* (Arab: Dar Tuq An-Najah, 2001), 2276.

¹¹ Imron Rosyadi, Muhammad Muinudinillah Basri, *Ushul Fikih Hukum Ekonomi Syariah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2020), 285.

¹² Gina Dwi Astuti et al., “Tinjauan Fiqih Muamalah Akad *Ju’alah* Terhadap Praktik *Giveaway* Bersyarat pada *Online Shop*”, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (Agustus, 2020): 469. accessed 26 Januari 26, 2023, <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22220>.

menemukan harta yang hilang atau ketika seseorang tidak dapat melakukan suatu pekerjaan. Sementara tidak ada orang yang dapat membantu dengan suka rela serta tidak dapat dilakukan dengan akad *ijārah* sebab belum diketahui secara jelas pekerjaan yang akan dilakukan. Sehingga akad *ju'ālah* diperbolehkan secara *syar'i* karena adanya kebutuhan untuk itu.¹³

Selain itu menurut kesepakatan para ulama, akad *ju'ālah* adalah sebuah keringanan (*rukhsah*) karena mengandung ketidakjelasan mengenai pekerjaan dan waktu, namun dibolehkan dengan adanya izin dari Allah untuk kemaslahatan para pihak. Dalam akad *ju'ālah* diperbolehkan memberi imbalan atau upah walaupun masih belum jelas terkait pekerjaan dan waktu yang belum pasti berhasil diselesaikan. Hal tersebut tidak membatalkan akad, karena akad *ju'ālah* bersifat tidak mengikat.¹⁴

Namun, terdapat ulama yang tidak memperbolehkan akad *ju'ālah* yaitu Mazhab Hanāfi. Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa alasan Mazhab Hanāfi tidak memperbolehkan akad *ju'ālah* karena terdapat unsur *gharar* dalam pekerjaan yang belum jelas serta jangka waktu yang tidak ditentukan. Akan tetapi, ada sebagian ulama Hanāfi yang memperbolehkan akad *ju'ālah* dengan dengan dasar *istihsān* (ada nilai

¹³ Abdullah Bin Muhammad Ath-Thayyat, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzab*, Terj. Miftahul Khairi (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2009), 417.

¹⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqhu Al-Islamiyyu wa Adillatuhu* (Terj. Abdul Hayyie Dkk) (Depok: Gema Insani, 2007), 434.

manfaat) dalam masalah memberikan imbalan bagi yang beriktikad mencari budak yang kabur.¹⁵

3. Rukun dan Syarat *Ju'alah*

Dalam hal mencukupi kebutuhan jasa, akad *ju'alah* akan sah dilaksanakan jika terpenuhinya beberapa hal yang menjadi rukun *ju'alah* yaitu :

a. *Ja'il* (Pihak yang memberikan imbalan)

Ja'il yaitu pihak yang menjanjikan akan memberi upah atau imbalan tertentu atas suatu pekerjaan yang berhasil diselesaikan. Pihak yang memberikan imbalan dapat berupa orang yang kehilangan barang atau orang lain. Dalam hal ini, orang lain tersebut sudah mendapatkan izin dari orang yang kehilangan atau yang memiliki pekerjaan.¹⁶

Syarat yang harus dipenuhi sebagai pihak yang memberikan imbalan (*ja'il*) diantaranya :

- 1) *Ja'il* harus orang yang memiliki kebebasan dalam melakukan akad (*bāligh*, berakal dan bijaksana). Akad *ju'alah* menjadi tidak sah apabila pelaku dari golongan anak kecil, orang gila, dan orang dalam pengampunan sebab mereka tidak memiliki kecakapan dalam mengelola harta.
- 2) Orang yang membuat sayembara tersebut melakukan atas kehendak sendiri dan tidak terdapat unsur paksaan.

¹⁵ Haryono, "Konsep *Ju'alah* dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari", *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, no. 9 (2017): 650. accessed Februari 04, 2023, <http://dx.doi.org/10.30868/am.v5i09.187>.

¹⁶ Abdul Rahman Ghazaly et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 143.

- 3) Memiliki kesanggupan untuk memberikan upah atau imbalan.
- 4) *Ja'il* dapat berupa seseorang yang bersangkutan maupun sebuah lembaga.¹⁷

b. *Maj'ul* (Pihak yang melaksanakan pekerjaan)

Maj'ul yaitu orang yang melaksanakan suatu pekerjaan tertentu. Apabila pekerjaan tersebut berhasil diselesaikan, maka ia berhak memperoleh upah atau imbalan sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak yang memberi pekerjaan. Syarat yang harus dipenuhi sebagai *maj'ul* yaitu:

- 1) *Maj'ul* harus orang yang mampu untuk melakukan pekerjaan. Akad *ju'alah* menjadi tidak sah apabila *maj'ul* tidak mampu melakukan pekerjaan yang diminta, seperti anak kecil karena dianggap tidak sanggup bekerja sebab manfaatnya tidak ada.
- 2) Mengetahui adanya sayembara tersebut dan merupakan orang yang aktif sebagai peserta.
- 3) *Maj'ul* disesuaikan dengan kondisi yang ada di tengah masyarakat.
- 4) Dalam praktik *ju'alah*, *maj'ul* dapat ditentukan orangnya atau bisa juga secara umum. Jika bersifat umum, maka cukup dengan mengetahui informasi mengenai akad *ju'alah*.¹⁸

¹⁷ Afriani, Ahmad Saepudin, "Implementasi Akad *Ju'alah* dalam Lembaga Keuangan Syariah", *Eksisbank (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, no. 1 (Desember, 2018): 60. accessed Februari 07, 2023, <https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.54>.

¹⁸ Andi Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 160.

c. *Ṣighat* (Ucapan)

Ṣighat adalah ucapan atau lafal dari pihak yang memberikan pekerjaan atau pihak yang menjanjikan pemberian upah atau imbalan. Ucapan tidak harus keluar dari orang yang memerlukan jasa itu, tetapi boleh juga dari orang lain seperti wakilnya, anaknya atau bahkan orang lain yang bersedia memberikan imbalan atau upah.¹⁹

- 1) *Ṣighat* atau ucapan tersebut harus jelas dan dapat dipahami.
- 2) *Ṣighat* harus mengandung izin untuk melaksanakan pekerjaan yang jelas.
- 3) *Ṣighat* harus menerangkan mengenai perolehan upah atau imbalan yang akan didapatkan dengan jelas. Tidak seperti iklan dalam surat kabar yang biasanya tidak menyebutkan imbalan secara pasti.
- 4) *Ju'ālah* dipandang sah, walaupun hanya ucapan dari pihak pemberi imbalan, tanpa ada ucapan *qabūl* atau penerimaan dari pihak pekerja, karena *ju'ālah* merupakan komitmen dari satu pihak.²⁰

d. *Amal* (Pekerjaan)

Amal yaitu pekerjaan yang disayembarakan. Pekerjaan yang dijanjikan imbalan tersebut harus pekerjaan yang diperbolehkan, bukan sesuatu yang dilarang. Dalam hal ini, jenis pekerjaan yang akan dilakukan harus diketahui ketika terjadinya akad.²¹ Syarat suatu

¹⁹ Firmansyah dan Muhammad Hafizh, "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Bisnis *Cost Per Action* (CPA): Studi Kasus di www.accesstrade.co.id", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, no. 2 (Oktober, 2015): 75. accessed Februari 07, 2023, <https://doi.org/10.46899/jeps.v3i2.161>.

²⁰ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2010), 374.

²¹ Saleh Alfauzan, *Fiqih Sehari-hari* (Jakarta: Gema Insan, 2006), 5.

pekerjaan (*amal*) dalam akad *ju'alah* yang harus dipenuhi agar menjadi sah dilakukan yaitu:

- 1) Pekerjaan yang ditawarkan memiliki tingkat kesulitan. Ada hasil jerih payah, karena tidak patut disebarkan pekerjaan yang tidak ada nilai jerih payahnya.
- 2) Pekerjaan itu harus mengandung manfaat yang jelas dan dibolehkan oleh syariat Islam. Tidak mendatangkan dampak yang dilarang. Apabila pekerjaan yang dilakukan dapat memberikan dampak yang merugikan orang lain, maka dianggap tidak sah.
- 3) Hasil pekerjaan dapat diketahui secara jelas.²²

e. Upah atau imbalan

Upah atau imbalan merupakan sesuatu yang diberikan oleh pihak yang memberikan pekerjaan (*ja'il*) kepada pihak yang melaksanakan pekerjaan tersebut. Dalam hal ini, upah atau imbalan tersebut harus jelas, telah ditentukan dan diketahui seseorang sebelum melaksanakan pekerjaan.²³

- 1) Imbalan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan.
- 2) Imbalan dapat berupa materi atau jasa.
- 3) Imbalan harus jelas dan tidak samar. Tidak boleh menjanjikan imbalan dengan cara seperti ini, contoh "orang yang menemukan motor yang hilang, maka akan mendapatkan imbalan yang

²² Imron Rosyadi, Muhammad Muinudinillah Basri, *Ushul Fikih Hukum Ekonomi Syariah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2020), 285.

²³ Abdul Rahman Ghazaly et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 143.

menarik". Contoh tersebut merupakan akad *ju'alah* yang rusak, karena imbalan di dalamnya tidak jelas.

- 4) Imbalan yang dijanjikan merupakan hal yang halal. Bukan sesuatu yang haram seperti obat-obatan terlarang, khamr, dll.
- 5) Hendaknya imbalan disesuaikan dengan beratnya pekerjaan.
- 6) Pemberian upah atau imbalan tidak boleh disyaratkan di muka (sebelum pelaksanaan *ju'alah*). Imbalan akan diberikan setelah pekerjaan selesai dan hasilnya dapat diketahui.²⁴

4. Pelaksanaan *Ju'alah*

Teknis pelaksanaan *ju'alah* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- a. Secara khusus ditentukan orang yang mencari barang yang hilang. Misalnya, Ahmad. Ahmad dengan sendirinya mencari barang yang hilang.
- b. Secara umum, artinya orang yang diberi pekerjaan mencari barang bukan satu orang, tetapi bersifat umum untuk semua orang. Misalnya, seseorang berkata: "Barang siapa yang bisa menyembuhkan penyakit anak saya, maka akan saya beri imbalan (hadiah) sekian".²⁵

Masalah lain yang perlu diperhatikan dalam *ju'alah* (pemberian upah) bahwa pemberitahuan itu tidak disyaratkan datang dari orang yang kehilangan, melainkan juga bisa dari orang lain yang mendengarnya. Sebuah contoh seseorang berkata: "Siapa saja yang bisa menyembuhkan

²⁴ Haryono, "Konsep *Ju'alah* dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari", *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, no. 9 (2017): 651. accessed Februari 04, 2023, <http://dx.doi.org/10.30868/am.v5i09.187>.

²⁵ Abdul Rahman Ghazaly et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 142.

penyakit anak saya, maka akan saya beri upah/imbalan sekian”. Di kemudian hari ada seorang yang bisa menyembuhkan anaknya, baik pemberitahuan itu diterima dari orang yang menyampaikan pemberitahuan langsung maupun pemberitahuan itu diterima dari orang lain, maka orang yang menyembuhkan tersebut akan berhak menerima upah. Hal tersebut bisa dibenarkan, karena dalam *ju'alah* tidak disyaratkan kehadiran kedua belah pihak yang bertransaksi, namun disyaratkan dia harus tahu berapa jumlah yang akan diterima jika dia berhasil menyembuhkan anaknya, karena hal ini sama dengan sewa menyewa. Kalau upah yang akan diberikan itu *majhul* (tidak jelas) maka *ju'alah* tersebut hukumnya rusak. Apabila orang yang mengembalikan barang yang hilang itu jumlahnya banyak bukan satu orang. Maka upahnya dibagi rata karena mereka sama-sama bekerja meskipun kualitas kerjanya tidak sama.²⁶

5. Pembatalan *Ju'alah*

Mazhab Maliki, Syafi'i dan Hanbali memandang bahwa akad *ju'alah* bersifat sukarela, sehingga apa-apa yang dijanjikan boleh saja dibatalkan oleh kedua belah pihak. Mengenai waktu pembatalan terjadi perbedaan pendapat. Madzhab maliki berpendapat bahwa *ju'alah* hanya dapat dibatalkan oleh pihak pertama sebelum pekerjaan dimulai oleh pihak kedua. Sedangkan menurut Madzhab Syafi'i dan Hanbali, pembatalan itu dapat dilakukan oleh salah satu pihak setiap waktu, selama pekerjaan itu belum selesai dilaksanakan. Namun jika pihak pertama membatalkannya

²⁶ M. Syaikhul Arif, “*Ju'alah* dalam Pandangan Islam”, *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara*, no.2 (Desember, 2019): 29-30. accessed Februari 04, 2023, <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Siyasah/article/view/120>.

sedangkan pihak kedua belum selesai melaksanakannya, maka pihak kedua harus mendapatkan imbalan yang pantas sesuai dengan kadar pekerjaan yang telah dilaksanakannya.²⁷

6. Perbedaan *Ju'alah* dengan *Ijarah*

Dalam pembahasan ilmu fiqh, akad *ju'alah* kerap bersandingan dengan pembahasan akad *ijarah* (sewa menyewa). Namun, keduanya tentu memiliki persamaan dan perbedaan. Secara singkat persamaan akad *ju'alah* dengan akad *ijarah* yaitu sebagai berikut:

- a. Terdapat persamaan akad menyewa tenaga kerja untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang dibolehkan dalam syariat.
- b. Terdapat keharusan dalam memberikan imbalan atau upah yang dijanjikan setelah pekerjaan berhasil diselesaikan.
- c. Terhadap upah atau imbalan yang diberikan harus sudah dijelaskan sebelum akad dimulai dan bukan berupa upah yang dilarang oleh syariat.²⁸

Sedangkan, perbedaan mengenai akad *ju'alah* dengan akad *ijarah* yaitu :

- a. Akad *ju'alah* hukumnya sah apabila dikerjakan oleh *maj'ul* yang bersifat umum (tidak terbatas), sedangkan akad *ijarah* tidak sah bila dilakukan oleh orang yang belum pasti.

²⁷ Abdul Rahman Ghazaly et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 143.

²⁸ Haryono, "Konsep *Ju'alah* dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari", *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, no. 9 (2017): 653. accessed Februari 04, 2023, <http://dx.doi.org/10.30868/am.v5i09.187>.

- b. Akad *ju'alah* dibenarkan pada pekerjaan yang belum jelas, sedangkan dalam akad *ijarah* tidak dibenarkan kecuali pekerjaan yang sudah jelas.
- c. Akad *ju'alah* diperbolehkan tanpa ucapan *qabul* (penerimaan) dari pekerja, karena akad *ju'alah* merupakan kehendak salah satu pihak. Sedangkan dalam akad *ijarah* diharuskan adanya *qabul* (penerimaan) dari buruh yang melakukan pekerjaan, karena akad *ijarah* merupakan kehendak kedua belah pihak.
- d. Akad *ju'alah* merupakan akad yang tidak mengikat, sedangkan akad *ijarah* merupakan akad yang mengikat sehingga salah satu pihak tidak boleh membatalkan kecuali dengan kerelaan dan persetujuan pihak yang lain.
- e. Akad *ju'alah* upah atau imbalan diberikan ketika pekerjaan yang dilakukan telah selesai. Sedangkan dalam akad *ijarah*, pekerja boleh menuntut upah pada saat pekerjaan sedang dilakukan.²⁹

B. Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat mempermudah masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yaitu media sosial. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern saat ini

²⁹ Segaf Hasan Bhaharun, *Fiqih Mu'amalat (Kajian Fiqih Muamalat dalam Madzhab Imam Syafi'i)* (Bangil: Yayasan Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah, t.t), 310-312.

dan telah merambah ke berbagai aspek lain, seperti kegiatan ekonomi, pendidikan dan sebagainya. Keberadaan media sosial dapat memberikan dampak positif juga negatif bagi penggunanya.

Salah satu dampak negatif dari media sosial yang saat ini terjadi yaitu tidak sedikit pihak yang tidak bertanggung jawab yang menggunakan konten media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau tidak sesuai dengan faktanya. Hal tersebut harus dihindari oleh masyarakat, karena akan menimbulkan mafsadah. Oleh karena itu, media sosial harus digunakan dengan bijak agar selalu membuahkan hasil yang baik.

Maka dalam hal ini, Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia menilai perlu untuk menetapkan hukum sebagai pedoman dalam bermuamalah melalui media sosial. Majelis Ulama Indonesia telah menetapkannya dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Fatwa ini berisi ketentuan hukum dan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial. Agar masyarakat dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial sebagai tempat untuk melakukan kegiatan muamalah.

Menurut Fatwa Nomor 24 tahun 2017 dalam pasal pertama angka (2) sampai angka (7) telah diatur mengenai ketentuan umum dalam bermuamalah melalui media sosial yang menjelaskan bahwa bermuamalah melalui media sosial baik itu *blog*, forum, jejaring sosial pada umumnya proses interaksi, pembuatan, penyebaran dan akses berbagi informasi terhadap sesama manusia. Pada ketentuan umum ini juga menjelaskan bahwa *ghibah*, *fitnah*,

namimah adalah suatu perbuatan buruk yang dapat memberikan dampak negatif untuk diri sendiri maupun orang lain.

Selain mengatur mengenai ketentuan umum, dalam pasal kedua angka (1) sampai angka (9) diatur mengenai ketentuan hukum bermuamalah melalui media sosial yang menyatakan bahwa dalam melakukan kegiatan muamalah baik di kehidupan nyata maupun media sosial, setiap muslim harus memegang teguh kepada keimanan dan ketakwaan, kebajikan, persaudaraan, saling mengingatkan kebenaran, mengajak kebaikan dan mencegah kemunkaran. Pada saat menggunakan media sosial tiap muslim dilarang untuk melakukan *ghibah*, *fitnah*, menyebarkan ujaran kebencian, *namimah*, menyebarkan dan membuat konten/informasi palsu serta perbuatan negatif lainnya. Segala bentuk aktifitas *buzzer* di media sosial yang digunakan untuk memberikan informasi yang tidak benar dan tidak valid untuk mendapatkan keuntungan pribadi juga dilarang dalam Islam.

Berikut adalah beberapa pedoman dalam bermuamalah melalui media sosial yang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 24 Tahun 2017 dalam pasal ketiga yaitu:

1. Pedoman umum

Media sosial harus digunakan sebagai perantara dalam menjalin silaturahmi, memberi dan menginformasikan kegiatan yang positif di bidang politik, ekonomi, sosial, agama serta budaya. Dalam menjalankan kegiatan muamalah melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan perundang-undangan. Ketika memperoleh

suatu informasi di media sosial harus dipahami bahwa informasi tersebut bisa jadi benar atau salah. Konten/informasi yang baik belum tentu benar, konten yang benar belum tentu memiliki manfaat, dan konten yang bermanfaat belum tentu pantas untuk disampaikan ke masyarakat. Oleh karena itu perlu dilakukan verifikasi lebih lanjut sebelum menyebarkan suatu konten/informasi di media sosial.

Dalam hal jual beli melalui media sosial, masyarakat berhak mendapatkan informasi yang jelas dan benar tentang sesuatu yang akan dibeli dari penjual. Semua produk yang ditawarkan kepada konsumen harus memuat informasi yang jelas, akurat, dan jujur untuk menghindari kesalahpahaman.³⁰

2. Pedoman verifikasi konten/informasi

Setiap orang yang memperoleh konten/informasi melalui media sosial (baik yang positif maupun negatif) tidak boleh langsung menyebarkannya sebelum diverifikasi dan dilakukan proses *tabayun* serta dipastikan kemanfaatannya. Dalam melakukan *tabayun* tentunya harus mengetahui dari berbagai sisi mengenai informasi tersebut seperti sumbernya, reputasi serta kredibel atau tidaknya pihak yang memberikan informasi tersebut. Upaya *tabayun* tidak dilakukan secara terbuka di ranah publik, melainkan secara tertutup kepada pihak yang terkait. Konten/informasi yang mengandung pujian, sanjungan, dan/atau hal-hal positif lainnya tentang

³⁰ Mega Ayu Ningtyas dan Safaruddin Harefa, “Kewenangan Fatwa Majelis Ulama Indonesia terhadap Label Kosmetik di Indonesia”, *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, no. 01 (Januari-Juni, 2022): 16. accessed Mei 11, 2023, <https://doi.org/10.35961/perada.v5i1.252>.

seseorang atau kelompok, belum tentu benar, sehingga juga harus dilakukan *tabayun*.

3. Pedoman pembuatan konten/informasi

Dalam membuat suatu konten atau informasi yang akan disebarluaskan ke media sosial tidak boleh mengandung unsur multitafsir, tidak menyakiti perasaan orang lain, sudah terverifikasi kebenarannya, bermanfaat untuk menciptakan kemaslahatan, tidak berisi *ghibah*, fitnah, ujaran kebencian serta perbuatan buruk lainnya, sehingga harus sesuai dengan ketentuan agama dan aturan perundangan yang berlaku. Cara untuk memastikan kemanfaatan dari konten/informasi yang dibuat yaitu mampu membawa kepada kebaikan (*al-birr*) dan ketakwaan (*al-taqwa*), mampu mempererat silaturahmi antar umat beragama, mampu memperluas ilmu pengetahuan, tidak memicu kebencian dan permusuhan, serta mampu membawa untuk menjalankan ajaran Islam dengan melaksanakan segala perintah-Nya serta menjauhi segala larangan-Nya.

4. Pedoman penyebaran konten/informasi

Dalam menyebarkan suatu konten atau informasi kepada masyarakat, ada beberapa kriteria yang harus terpenuhi diantaranya konten atau informasi tersebut dapat bermanfaat, bersifat umum, dan informasi yang ada pada konten tersebut benar serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Selain itu konten yang disebarkan harus sesuai dengan waktu dan tempatnya, informasi yang terkait dengan konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya, terlebih ditempatkan pada konteks yang

berbeda dan memiliki kemungkinan perbedaan pengertian. Serta orang yang menyebarkan suatu konten harus memiliki hak, artinya seseorang memiliki hak untuk penyebaran yang tidak melanggar hak, di antaranya hak kekayaan intelektual, dan tidak melanggar hak privasi.

Dalam menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat dilarang untuk menyebarkan informasi umum guna menutupi kesalahan, membenarkan yang salah dan menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, serta yang bertujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak. Selain itu dilarang menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebar ke ranah publik.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

**PRAKTIK PENGGUNAAN VIDEO ORANG LAIN UNTUK
PROMOSI PADA BISNIS *TIKTOK AFFILIATE***

A. Gambaran Umum *TikTok Affiliate*

TikTok merupakan salah satu media sosial yang memberikan tempat bagi para penggunanya untuk dapat berekspresi dan berkreaitivitas melalui konten video yang dibuat dengan berbagai efek spesial serta fitur-fitur menarik di dalamnya.¹ Saat ini, *TikTok* telah mengembangkan inovasi pada fitur-fitur dalam aplikasinya. Pada bulan April 2021, *TikTok* memunculkan fitur baru yang berhubungan dengan dunia bisnis yaitu fitur *TikTok Shop*. *TikTok Shop* merupakan fitur yang dapat digunakan untuk transaksi jual beli melalui aplikasi *TikTok* langsung. Mulai dari katalog produk, layanan *chat* dengan penjual hingga pembayaran dilakukan langsung di aplikasi *TikTok* tersebut.²

Keberadaan *TikTok Shop* sebagai sarana berbelanja online telah mengubah peran *TikTok* menjadi semakin luas. Kini *TikTok* telah menghadirkan sebuah program yaitu *TikTok Shop Affiliate* atau *TikTok Affiliate*. Program ini berguna bagi penggunanya yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan melalui aplikasi *TikTok*.³

¹ Ryan Priatama et al., “Analisis Teknik *Digital Marketing* pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok @jogjafoodhunterofficial*)”, *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, no.1 (Juni, 2021): 50. accessed Desember 10, 2022, <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

² Irsa Ardia, “Apa Itu *TikTok Shop*? Ini Penjelasan dan Cara Belanja di Fitur Baru *TikTok*”, 20 September, 2021, accessed Desember 10, 2022, <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknopr/702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dan-cara-belanja-di-fitur-baru-tiktok>.

³ Nisa Maulan Shofa, “TikTok Affiliate: Syarat, Cara Daftar, Cara Kerja, Cara Cek Komisi”, 9 Februari, 2023, accessed Februari 10, 2023, <https://www.kitalulus.com/gaya-hidup/tiktok-affiliate>.

TikTok Affiliate merupakan program yang dibuat oleh *TikTok* sebagai sarana penghubung antara kreator dan penjual (*seller*). Kreator akan membuat video untuk mempromosikan produk yang dijual oleh *seller*. Hal tersebut akan menguntungkan bagi *seller* untuk meningkatkan penjualan. Namun, kreator juga akan diuntungkan karena dapat memperoleh kesempatan untuk mendapat komisi dari program *TikTok Affiliate* ini.⁴

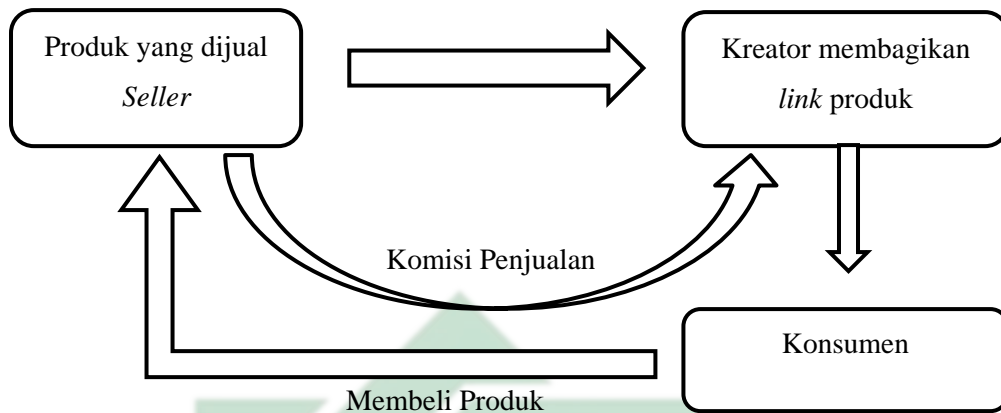
Dalam program *TikTok Affiliate*, setidaknya ada 4 (empat) pihak yang terlibat dalam program ini diantaranya:

1. *Merchant* merupakan pihak yang menyediakan produk untuk dijual.
2. *Affiliate network* merupakan pihak yang menghubungkan antara *merchant* dan *affiliate marketer*. Umumnya, beberapa *merchant* akan bekerja sama dengan pihak yang bersedia mengumpulkan katalog produk mereka untuk selanjutnya akan diberikan kepada kreator.
3. *Affiliate marketer* atau kreator merupakan seseorang yang akan mempromosikan produk *merchant* melalui video *TikTok*-nya.
4. *Consumer* merupakan pengguna yang membeli produk *merchant* melalui *link* yang dibagikan oleh *affiliate marketer*.⁵

⁴ Desy Yuliasuti, Cara Daftar TikTok Affiliate Terbaru untuk Dapat Komisi”, 23 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>.

⁵ Alisatul Aini, “TikTok Affiliate: Pengertian, Syarat Daftar, Cara Kerja dan Strateginya”, Communication Graduate, 01 Agustus, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-tiktok-affiliate>.

Gambar 2. Skema Sistem *Affiliate Marketing*



Sumber: *Dailymuslim.id*

Sistem *affiliate* pada program ini yaitu penjual (*seller*) yang menjual produk di *TikTok Shop*, produk tersebut memiliki sebuah tautan *link*. *Link* tersebut dapat disalin oleh kreator yang mengikuti program *TikTok Affiliate* ini. Kemudian, kreator akan membuat sebuah video untuk mempromosikan atau merekomendasikan produk tersebut. Dalam video tersebut, kreator akan mencantumkan tautan *link* dari produk tersebut. Jika ada pengguna lain (konsumen) yang membeli produk tersebut melalui tautan *link* yang dibagikan oleh kreator, maka kreator akan mendapatkan komisi dari pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen.⁶

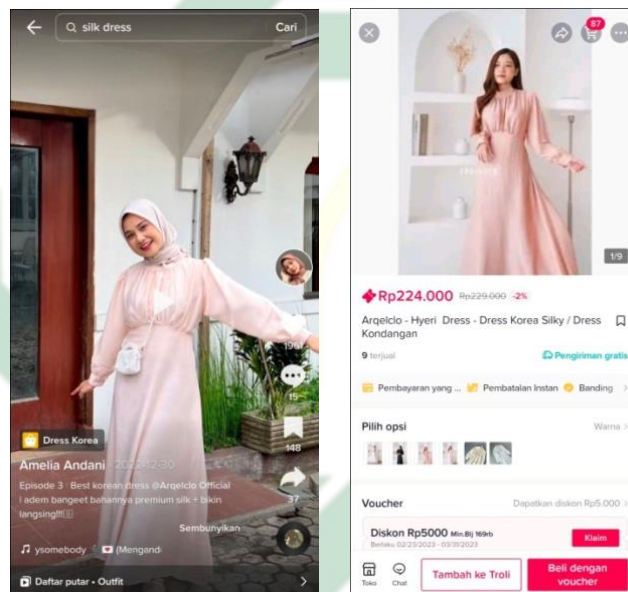
Dalam mempromosikan sebuah produk, para kreator diberikan kebebasan untuk memilih produk yang ingin dipromosikan. Kontrak yang tidak mengikat secara eksklusif telah membuat banyak orang tertarik mengikuti program ini. Hal tersebut dikarenakan dalam berkarya dan berekspresi melalui konten

⁶ Alvina Vivian, "Cara Daftar TikTok Affiliate Terbaru 2022 untuk Menambah Penghasilan", 15 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.ekrut.com/media/tiktok-affiliate>.

diberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada siapa pun yang ingin mengikuti program ini.

Berikut merupakan contoh postingan video yang dibuat oleh kreator pada bisnis *TikTok Affiliate* untuk mempromosikan sebuah produk di akun *TikTok* miliknya:

Gambar 3. Postingan Video Promosi yang dibuat oleh Kreator *TikTok Affiliate*



Sumber: *Tiktok.com/@itsandani*

Pada Gambar 4 merupakan contoh postingan video yang dibuat oleh kreator untuk mempromosikan produk yang dipakai. Terlihat bahwa kreator tersebut sedang merekomendasikan *dress* yang sedang dipakai. Dalam postingannya juga terlihat ada sebuah *caption* yang ditulis oleh kreator. *Caption* tersebut berisi *review* singkat menurut kreator tentang *dress* yang sedang dipakai.

Dalam postingan video tersebut juga terdapat ikon keranjang kuning yang terletak di atas nama kreator tersebut. Ikon keranjang kuning itu berisi tautan

link untuk membeli produk tersebut. Apabila ikon keranjang kuning di klik, maka akan muncul tampilan mengenai harga dari produk tersebut. Jika ada pengguna lain (konsumen) yang tertarik dan melakukan pembelian pada *dress* tersebut. Maka, kreator tersebut akan memperoleh komisi dari program *TikTok Affiliate* ini.

B. Syarat Pendaftaran *TikTok Affiliate*

Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk dapat bergabung dalam program *TikTok Affiliate* diantaranya yaitu:

1. Memiliki kartu identitas (KTP atau Paspor)
2. Memiliki rekening bank dengan atas nama sesuai dengan kartu identitas
3. Memiliki akun *TikTok Shop*.

Untuk dapat bergabung dengan *TikTok Affiliate*, diharuskan untuk membuat akun *TikTok Shop* terlebih dahulu. Agar dapat membuat akun *TikTok Shop*, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Memiliki lebih dari 1.000 pengikut (*followers*) pada akun *TikTok* yang didaftarkan.
- b. Memiliki usia minimal 18 tahun.
- c. Mengunggah video di akun *TikTok* setidaknya dalam 28 hari terakhir.⁷

Selain itu, sebelum menggunakan akun *TikTok Shop* terlebih dahulu harus memahami beberapa ketentuan yang harus dipenuhi yaitu:

⁷ Nisa Maulan Shofa, "*TikTok Affiliate: Syarat, Cara Daftar, Cara Kerja, Cara Cek Komisi*", 09 Februari, 2023, accessed Februari 10, 2023, <https://www.kitalulus.com/gaya-hidup/tiktok-affiliate>.

- a. Negara tempat tinggal sudah masuk dalam kategori layak untuk menggunakan *TikTok Shop*. Beberapa negara tersebut diantaranya Tiongkok dan Hongkong, Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Singapore, Britania Raya, Amerika Serikat.
- b. Nama toko harus sesuai dan tidak melanggar syarat ketentuan yang telah diberikan oleh *TikTok Shop Center*.
- c. Memasukkan alamat toko atau gudang yang akurat.⁸

Apabila telah memenuhi syarat dan ketentuan di atas, maka dapat melanjutkan untuk membuat akun *TikTok Shop* dengan langkah-langkah di bawah ini:

- a. Kunjungi *website TikTok Shop Seller Center* pada *link* <https://seller.tiktok.com> melalui *browser*.
- b. Pilih *Sign up with TikTok Account* apabila belum memiliki akun *TikTok Shop*. Pilih *Login* apabila telah memiliki akun *TikTok Shop*.
- c. Setelah akun berhasil dibuat, *login* dengan akun *TikTok* yang dimiliki dan klik tombol “*Authorized*” untuk menyetujui *TikTok Shop* mengakses akun *TikTok*.
- d. Verifikasi akun dengan menggunakan alamat *email* atau nomor telepon yang aktif.
- e. Masukkan detail akun *TikTok Shop* seperti alamat toko, jenis bisnis, nama toko, alamat toko, nama kontak, nomor telepon, hingga gudang pengembalian.

⁸ Husen Mulachela, “Cara Daftar *TikTok Shop* Beserta Ketentuannya”, 05 Juli, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://katadata.co.id/agung/berita/62c3f32431a81/cara-daftar-tiktok-shop-beserta-ketentuannya>.

- f. Centang pernyataan terakhir pada halaman informasi dasar.
- g. Setelah data berhasil dimasukkan. Selanjutnya, siapkan foto KTP dan foto *selfie* dengan KTP untuk melakukan verifikasi akhir.
- h. Isi detail terakhir sesuai data yang diminta lalu klik simpan.⁹

Setelah proses registrasi selesai, harus menunggu *email* verifikasi dari *TikTok* untuk mengaktifkan akun. Dalam jangka maksimal 7 (tujuh) hari kerja aktif. Apabila akun *TikTok Shop* sudah aktif, maka akan muncul simbol keranjang di bagian profil akun *TikTok*.

C. Prosedur Pendaftaran *TikTok Affiliate*

Terdapat 2 (dua) jenis pendaftaran untuk program *TikTok Affiliate*, yaitu sebagai *seller* (penjual) maupun sebagai kreator. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna saat mendaftar.

1. Pendaftaran *TikTok Affiliate* sebagai *Seller* (Penjual)

Apabila ingin mendaftar program *TikTok Affiliate* sebagai penjual, perlu diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) jenis program afiliasi yang dapat digunakan yaitu:

- a. Program toko, yaitu menetapkan satu komisi yang sama untuk semua produk yang dijual.
- b. Program terbuka, yaitu menetapkan komisi yang berbeda-beda dan terbuka untuk semua kreator.
- c. Program bertarget, yaitu mengundang kreator terpilih saja.¹⁰

⁹ Desy Yuliasuti, "Cara Daftar *TikTok Affiliate* Terbaru untuk Dapat Komisi", 23 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>.

Tabel 1. Perbedaan dari 3 Macam Jenis Program *TikTok Affiliate*

Hal yang dibedakan	Program Bertarget	Program Terbuka	Program Toko
Produk	Produk yang dipilih <i>Seller</i>	Produk yang dipilih <i>Seller</i>	Semua produk <i>Seller</i>
Tarif Komisi	Tarif spesifik	Tarif spesifik	Satu tarif untuk semua produk
Kreator	Kreator spesifik	Semua kreator	Semua kreator

Sumber: www.komunitasmea.web.id

Setelah mengetahui jenis afiliasi yang dapat dipilih oleh *seller* pada program *TikTok Affiliate* ini. Berikut adalah prosedur yang dapat dilakukan untuk mendaftar *TikTok Affiliate* sebagai *seller* (penjual):

- a. Kunjungi website *TikTok Shop Seller Center* <https://seller.tiktok.com>.
- b. Masuk ke akun *TikTok Shop* yang telah dibuat sebelumnya.
- c. Masuk ke website *TikTok Shop Affiliate*.
- d. Klik menu program, pilih program toko, lalu klik tombol buat.
- e. Pilih jenis komisi dan tentukan persentase komisi yang akan diberikan ke kreator yang akan mempromosikan produk tersebut.
- f. Setelah itu klik kirim.
- g. Kemudian *TikTok Affiliate Log In* akan aktif dan dapat segera digunakan. Apabila suatu saat *seller* ingin menghentikan program

¹⁰ "Privacy Policy," *Sampoerna University*, 3 September, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-tiktok-affiliate-cara-kerja-dan-strategi-promosi/>.

afiliasi ini, dapat dilakukan dengan cara memilih tombol “Hentikan Program”.¹¹

2. Pendaftaran *TikTok Affiliate* sebagai Kreator

Sebagai seorang kreator, untuk memulai bisnis *TikTok Affiliate* ini dapat diawali dengan menemukan produk yang paling cocok dan menarik untuk dapat direkomendasikan ke pengikut. Kemudian dapat menghubungi *seller* untuk mendapatkan sampel produk dan mulai membuat konten video mengenai produk.

Berikut adalah prosedur yang dapat dilakukan untuk mendaftar *TikTok Affiliate* sebagai kreator yaitu:

- a. Setelah mendaftar akun *TikTok Shop*, masuk ke akun *TikTok*.
- b. Masuk ke pengaturan dan privasi, lalu pastikan muncul menu *TikTok Shop* pada kolom monetisasi.
- c. Pilih menu *TikTok Shop*.
- d. Tambahkan produk yang ingin dimasukkan dalam toko, tekan menu “Tambahkan Produk Afiliasi”.
- e. Pilih produk yang akan dijual atau tautkan dengan *link* dari *e-commerce*.
- f. Pada tampilan akan dilihat mengenai besaran komisi yang akan di dapat apabila mempromosikan produk tersebut.¹²

¹¹ “*Privacy Policy*,” *Sampoerna University*, 3 September, 2022, accessed Februari 10, 2023.

¹² Desy Yuliasuti, “Cara Daftar *TikTok Affiliate* Terbaru untuk Dapat Komisi”, 23 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>.

Setelah terdaftar pada program *TikTok Affiliate*, tahapan selanjutnya yang harus dilakukan kreator agar dapat memperoleh komisi pada program ini yaitu:

a. Tahap Membuat Konten Video *TikTok*

- 1) Buat video dengan kreatif dan menarik untuk mempromosikan produk yang akan direkomendasikan ke konsumen. Perhatikan kualitas video yang akan diunggah, karena dapat berpengaruh untuk menarik pengguna lain agar melihat video promosi tersebut.
- 2) Untuk mengunggah video yang telah dibuat, buka aplikasi *TikTok*, pada halaman utama tekan menu “Tambah video” atau tombol ikon “+” pada bagian tengah bawah aplikasi *TikTok*.
- 3) Pada tampilan menu “Tambah video”, apabila ingin merekam video secara langsung dapat menekan tombol “Lingkaran merah” atau apabila ingin mengambil video dari galeri dapat memilih menu “Unggah”.
- 4) Apabila video yang diunggah telah sesuai, tekan tombol ikon “*Checklist*” atau tombol “Selesai”.
- 5) Pada halaman “*Preview*”, tekan tombol “Selanjutnya”.¹³

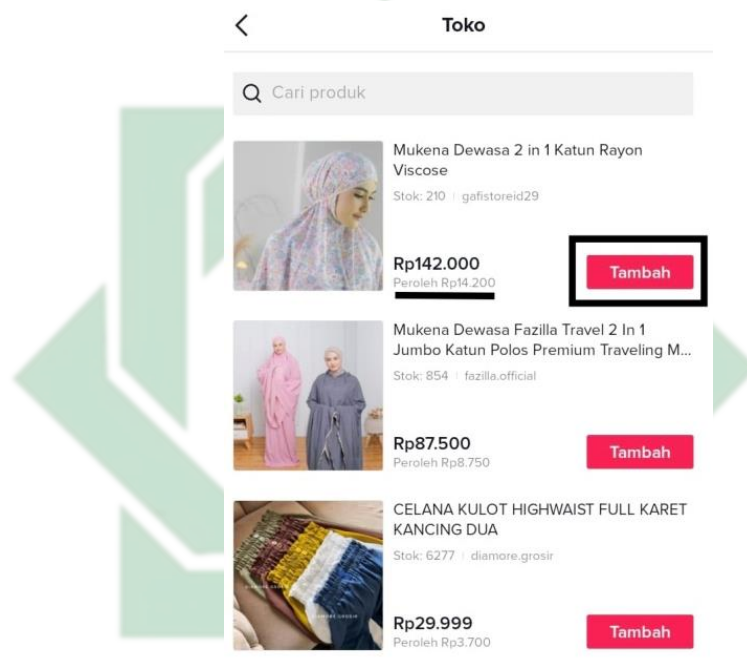
b. Tahap Memasukkan Tautan *Link* Produk pada Video *TikTok*

- 1) Pada halaman “Posting”, tekan tombol “Tambah tautan/*link*”.
- 2) Setelah itu akan muncul menu *pop-up*, pilih ikon “Produk”.

¹³ Adhitya W.P, “Cara Memunculkan Keranjang Kuning di *TikTok* Agar Orang Lain Bisa Beli Produknya”, 03 Juni, 2022, accessed Februari 11, 2023, <https://gadgetren.com/2022/06/03/cara-memunculkan-keranjang-kuning-di-tiktok-167080/>.

- 3) Pada tampilan menu “Toko”, cari produk yang ingin dipromosikan lalu tekan tombol “Tambah”. Pada tampilan ini, besaran komisi yang akan didapatkan apabila mempromosikan produk tersebut juga akan terlihat.

Gambar 4. Menambahkan Produk dan Tampilan Komisi yang akan diperoleh



Sumber: [TikTok.com/@lelyr_13](https://www.tiktok.com/@lelyr_13)

- 4) Pada tampilan menu “Tambah produk”, beri nama produk yang akan dipromosikan lalu tekan tombol “Tambah”.

Gambar 5. Memberi Nama Produk yang akan dipromosikan



Sumber: [TikTok.com/@lelyr_13](https://www.tiktok.com/@lelyr_13)

- 5) Selanjutnya, menu tampilan akan kembali ke halaman “Posting”. Apabila ingin menambah produk lain, maka dapat menekan kembali tombol “Tambah tautan/link”.
- 6) Ketika tautan *link* produk berhasil dimasukkan, maka dapat menambahkan *caption*, *hashtag*, *tag people*, *location*, dan lainnya pada halaman “Posting”.
- 7) Untuk mengunggah hasil video, tekan tombol “Posting” di bagian bawah layar.¹⁴

Nantinya, video yang berhasil diunggah pada akun *TikTok* akan menampilkan ikon keranjang kuning. Dalam keranjang kuning tersebut, pengguna lain dapat melihat produk yang telah dipromosikan atau direkomendasikan oleh kreator.

c. Tahap Melakukan Penarikan Komisi dari Bisnis *TikTok Affiliate*

Setelah kreator berhasil mengunggah video promosi pada akun *TikTok*, pengguna lain akan dapat melihat video tersebut. Apabila pengguna lain tertarik pada produk yang dipromosikan oleh kreator, maka dapat membeli produk tersebut melalui tautan *link* produk yang berada pada ikon keranjang kuning di video milik kreator tersebut. Setelah pengguna lain menyelesaikan pembelian hingga produk tersebut berhasil diterima, maka secara otomatis kreator akan memperoleh komisi dari program *TikTok Affiliate*.

¹⁴ Adhitya W.P, “Cara Memunculkan Keranjang Kuning di *TikTok* Agar Orang Lain Bisa Beli Produknya”, 03 Juni, 2022, accessed Februari 11, 2023.

Komisi tersebut akan dibayarkan secara otomatis dengan persentase tertentu dari penjualan. Umumnya, kreator akan memperoleh komisi antara 5% sampai 15% per produk dari jumlah penjualan produk yang berhasil. Persentase besaran komisi tersebut ditentukan oleh *seller* sebagai pihak yang menjual produk tersebut. Maka dari itu, jumlah pendapatan yang didapatkan oleh kreator tiap bulannya tidak menentu. Hal itu karena bergantung pada keberhasilan transaksi penjualan yang terjadi.¹⁵

Komisi dari *TikTok Affiliate* akan diperoleh kreator yaitu kurang dari 7 (tujuh) hari setelah pesanan telah selesai. Maksudnya yaitu ketika pesanan sudah diterima oleh konsumen (pembeli) dengan tidak melakukan pembatalan, pengembalian produk maupun *refund*. Sehingga apabila terjadi pembatalan atau pengembalian produk, maka komisi yang diperoleh akan masuk sesuai dengan waktu pesanan ketika telah selesai atau diterima oleh konsumen.¹⁶

Terdapat beberapa prosedur untuk melakukan penarikan komisi dari *TikTok Affiliate* yaitu:

- 1) Buka aplikasi *TikTok*, lalu pilih ikon keranjang dan masuk ke akun *TikTok Shop*.

¹⁵ Chyntia Sami Bhayangkara, "Berapa Komisi *TikTok Affiliate*? Ini Keuntungan dan Cara Kerjanya", 18 Agustus, 2022, accessed Februari 11, 2023, <https://www.suara.com/news/2022/08/18/171000/berapa-komisi-tiktok-afiliate-ini-keuntungan-dan-cara-kerjanya>.

¹⁶ Yanuar, "Kapan Komisi *TikTok Affiliate* Masuk? Ini Aturannya!", accessed Februari 11, 2023, <https://www.im3buzz.com/kapan-komisi-tiktok-affiliate-masuk/>.

- 2) Selanjutnya pilih menu “Komisi”. Pada menu tersebut akan muncul tampilan mengenai nominal komisi yang telah didapatkan. Untuk melakukan penarikan komisi, klik menu “Tarik”.
- 3) Pilih ikon “+” atau tambah metode penarikan uang yang baru. Pilih menu “*Transfer bank*”.
- 4) Setelah itu pilih nama bank yang digunakan dan isi data yang ada mulai dari nama, nomor rekening, email hingga tempat tinggal. Isi data tersebut dengan lengkap dan sesuai. Kemudian klik “Kirim”.
- 5) Klik menu “Konfirmasi” untuk menyimpan data tersebut.
- 6) Masukkan jumlah nominal dari komisi yang ingin ditarik, lalu klik “Tarik uang sekarang”. Terakhir, pilih “Konfirmasi” untuk menarik uang dan tunggu uang masuk ke rekening yang didaftarkan.¹⁷

Proses jangka waktu penarikan komisi *TikTok Affiliate* untuk dapat masuk ke rekening milik kreator membutuhkan waktu sekitar 3 sampai 5 hari kerja. Hal tersebut tergantung dari metode penarikan serta bank yang digunakan oleh para kreator. Untuk batas minimal tarik saldo dari komisi *TikTok Affiliate* yang dapat diambil yaitu mulai dari 1 rupiah hingga 10.000 rupiah. Penarikan komisi kurang dari 10.000 hanya dapat dilakukan apabila menggunakan Bank Mandiri, BNI, BRI, dan Bank Permata. Selain bank tersebut, batas minimal untuk penarikan

¹⁷ Irwan, “Cara Tarik Komisi *TikTok Affiliate* ke Rekening Bank”, 02 September, 2022, accessed Februari 11, 2023, <https://carabimo.com/cara-tarik-komisi-tiktok-affiliate-ke-rekening/>.

komisi yaitu 10.000 rupiah. Transaksi penarikan komisi *TikTok Affiliate* yang telah dilakukan, tidak dapat dibatalkan.¹⁸

D. Praktik Penggunaan Video Orang Lain untuk Promosi pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*

1. Profil Anggota *TikTok Affiliate*

Pada penelitian ini, dilakukan wawancara kepada beberapa orang yang terdaftar dalam bisnis *TikTok Affiliate*.

Tabel 2. Daftar Anggota yang bergabung *TikTok Affiliate*

No	Nama	Usia	Asal Kota
1	Eka Putri	21 Tahun	Bojonegoro
2	Laily Rosyidah	22 Tahun	Gresik
3	Diana Tri Vauziyah	22 Tahun	Surabaya
4	Maysarah	26 Tahun	Bandung
5	Eka Widia Astuti	23 Tahun	Surabaya
6	Nurul Abidah	22 Tahun	Sidoarjo

Sumber: Hasil wawancara yang telah diolah

Dalam Tabel 2 merupakan daftar anggota yang terdaftar pada bisnis *TikTok Affiliate*. Terdapat empat orang anggota yang melakukan bisnis *TikTok Affiliate* sesuai dengan ketentuan, yaitu dengan membuat video original untuk mempromosikan suatu produk. Para anggota *TikTok Affiliate* tersebut diantaranya:

¹⁸ Irwan, "Cara Tarik Komisi *TikTok Affiliate* ke Rekening Bank", 02 September, 2022, accessed Februari 11, 2023.

- a. Eka Putri, yang berusia 21 tahun merupakan seorang mahasiswa yang berasal dari Bojonegoro. Bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate* mulai Mei tahun 2022. Cara promosi yang dilakukan yaitu dengan membuat video yang menarik tentang produk tersebut. Produk yang dipromosikan itu dibeli terlebih dahulu, agar dapat memberikan hasil *review* yang jujur. Produk yang dipromosikan adalah produk yang memang digunakan oleh dirinya dalam sehari-hari.¹⁹
- b. Laily Rosyidah, yang berusia 22 tahun dan berasal dari Gresik. Merupakan seorang mahasiswa dan baru bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate* pada November 2022. Praktik promosi yang dilakukan yaitu promosi dari hasil *screenshoot* produk yang ada pada katalog di toko. Cara ini cocok dilakukan bagi pemula yang baru bergabung di bisnis *TikTok Affiliate*. Karena dapat memanfaatkan sesuatu yang ada untuk dikembangkan dengan baik. Produk yang pernah dipromosikan antara lain baju, mukenah, *body lotion* dan masker wajah.²⁰
- c. Diana Tri Vauziyah, yang berusia 22 tahun dan berasal dari Surabaya. Merupakan seorang mahasiswa dan bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate* pada September 2022. Ketika pertama kali bergabung, memanfaatkan fitur sampel gratis untuk mendapatkan produk gratis yang akan dipromosikan. Apabila permintaan sampel gratis disetujui, hal yang langsung dilakukan yaitu membuat video yang mempromosikan produk tersebut. Produk yang pernah dipromosikan

¹⁹ Eka Putri (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

²⁰ Laily Rosyidah (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

yang didapat dari pengajuan sampel gratis antara lain produk minuman kolagen, skincare, dll.²¹

- d. Maysarah, yang berusia 26 tahun dan berasal dari Bandung. Merupakan seorang ibu rumah tangga dan bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate* sejak Februari tahun 2022. Praktik promosi yang dilakukan yaitu dengan membuat video tentang rekomendasi *outfit* serta melakukan *live streaming* untuk mempromosikan produknya. Produk yang dipromosikan dominan pada baju-baju wanita yang saat ini sedang banyak diminati.²²

Selain keempat anggota diatas yang bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*, juga terdapat dua orang anggota lain yang juga bergabung pada *TikTok Affiliate*. Namun, praktik promosi yang dilakukan yaitu dengan cara menggunakan video milik orang lain tanpa izin. Anggota *TikTok Affiliate* tersebut yaitu:

- a. Eka Widia Astuti, yang berusia 23 tahun dan berasal dari Surabaya. Merupakan seorang mahasiswa yang bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate* pada Juni tahun 2022. Praktik promosi yang dilakukan dengan cara mengambil video milik orang lain yang sedang banyak ditonton. Lalu membagikan tautan *link* yang tidak sesuai dengan produk yang ada dalam video.²³
- b. Nurul Abidah, yang berusia 23 tahun dan berasal dari Sidoarjo. Merupakan seorang karyawan dan bergabung pada bisnis *TikTok*

²¹ Diana Tri Vauziyah (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 17 Februari, 2023.

²² Maysarah (Kreator *TikTok Affiliate*), *TikTok message to author*, 12 Maret, 2023.

²³ Eka Widia Astuti (Anggota *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 20 Februari, 2023.

Affiliate mulai Agustus tahun 2022. Menjalankan bisnis *TikTok Affiliate* dengan membuat video yang diambil dari video milik orang lain. Membagikan tautan *link* produk yang memiliki harga cenderung lebih murah.²⁴

2. Jenis Promosi pada Bisnis *TikTok Affiliate*

Dalam mempromosikan suatu produk pada bisnis *TikTok Affiliate* dapat dilakukan dengan membuat video maupun melakukan *live streaming*. Berikut ini jenis promosi yang digunakan oleh beberapa anggota *TikTok Affiliate* yaitu:

a. Promosi dengan produk yang diperoleh dari pengajuan sampel gratis

Produk yang akan dipromosikan oleh kreator pada bisnis *TikTok Affiliate* tidak harus dibeli terlebih dahulu. Dalam bisnis *TikTok Affiliate*, terdapat fitur sampel gratis yang disediakan oleh *TikTok*. Sehingga, seorang kreator dapat memperoleh produk secara gratis untuk dipromosikan dengan memanfaatkan fitur tersebut. Kreator dapat memperoleh sampel produk secara gratis dengan cara pengajuan kepada *seller*.

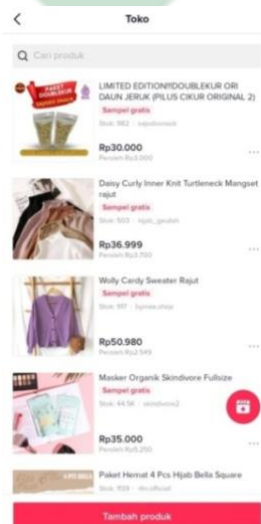
Apabila permintaan sampel gratis yang diajukan kepada *seller* disetujui, maka nantinya produk akan dikirim secara gratis untuk dapat dipromosikan oleh kreator. Dalam jangka waktu 17 hari sejak *seller* mengirimkan sampel gratis, kreator diharuskan membuat video atau melakukan *live streaming* untuk mempromosikan produk tersebut.

²⁴ Nurul Abidah (Anggota *TikTok Affiliate*), Wawancara, Surabaya, 21 Februari, 2023.

Tentunya dengan mencantumkan tautan *link* untuk membeli produk tersebut. Terdapat ketentuan mengenai video promosi yang dibuat harus bertahan minimal selama 3 hari. Sedangkan apabila memilih promosi melalui *live streaming* harus dilakukan minimal selama 10 menit. Apabila tidak dilakukan, maka kedepannya dapat berpengaruh pada kemungkinan untuk mendapatkan sampel gratis akan berkurang.²⁵

Namun, tidak semua permintaan sampel gratis yang diajukan kreator dapat disetujui oleh *seller*. Karena hal tersebut sesuai dengan kehendak *seller* selaku pemilik produk. Sehingga *seller* bisa saja menolak permintaan sampel gratis yang diajukan oleh kreator. Selain itu tidak semua produk memiliki sampel gratis, biasanya terdapat pada beberapa produk yang memiliki tulisan “sampel gratis”.

Gambar 6. Tampilan Sampel Gratis pada Produk di *TikTok Affiliate*



Sumber: [TikTok.com/@lelyr_13](https://www.tiktok.com/@lelyr_13)

²⁵ Diana Tri Vauziyah (Kreator *TikTok Affiliate*), Wawancara, Surabaya, 17 Februari, 2023.

b. Promosi dari hasil *screenshoot* produk di katalog toko

Apabila kreator tidak dapat memperoleh sampel produk secara gratis. Ada cara lain yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk tanpa membelinya, yaitu dengan melakukan promosi berupa hasil *screenshoot* produk tersebut. Kreator dapat membuat foto atau video promosi dari hasil *screenshoot* produk yang ada di katalog toko milik *seller*. Foto atau video promosi yang dibuat dapat diberikan keterangan secara detail mengenai produk tersebut. Dapat juga menyantumkan foto asli dari penilaian terhadap produk sesuai dengan yang di toko.²⁶

c. Promosi dari produk yang dibeli terlebih dahulu

Setiap kreator *TikTok Affiliate* akan melakukan cara yang berbeda dalam mempromosikan produk agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan membeli produk yang akan dipromosikan tersebut. Hal itu dilakukan agar dapat mengetahui kualitas produk yang akan dipromosikan secara jelas. Promosi yang dilakukan dengan membeli produknya terlebih dahulu sangat efektif dilakukan untuk menarik konsumen. Karena kreator dapat memberikan *review* jujur mengenai produk tersebut. Kreator akan memberikan penilaian yang detail sebab telah mengetahui secara langsung kondisi dari produk yang akan dipromosikan tersebut.²⁷

²⁶ Laily Rosyidah (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

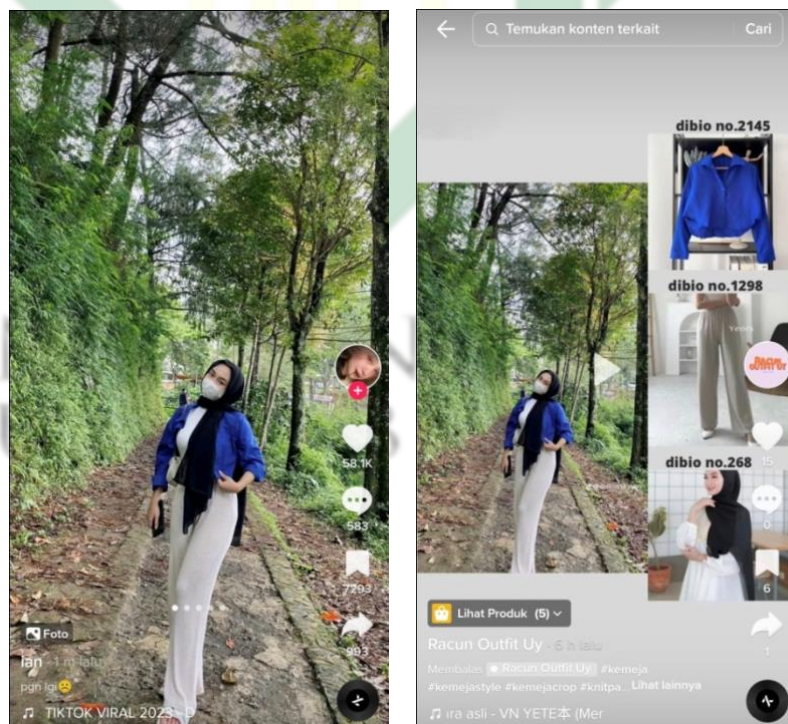
²⁷ Eka Putri (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

3. Praktik Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain tanpa Izin

Dalam bisnis *TikTok Affiliate*, pada praktiknya ditemukan beberapa anggota *affiliate* yang melakukan promosi dengan cara menggunakan video milik orang lain. Video promosi yang diunggah pada akun *TikTok* miliknya tidak orisinal. Sebab video tersebut merupakan video milik kreator lain yang telah diunduh lalu diunggah ulang. Kemudian mencari produk yang terlihat sama dengan yang ada dalam video untuk selanjutnya dapat dipromosikan dengan tautan *link* lain yang telah dimiliki.

Berikut ini contoh praktik promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* dengan menggunakan video milik orang lain:

Gambar 7. Penggunaan Video milik Kreator Lain untuk Promosi

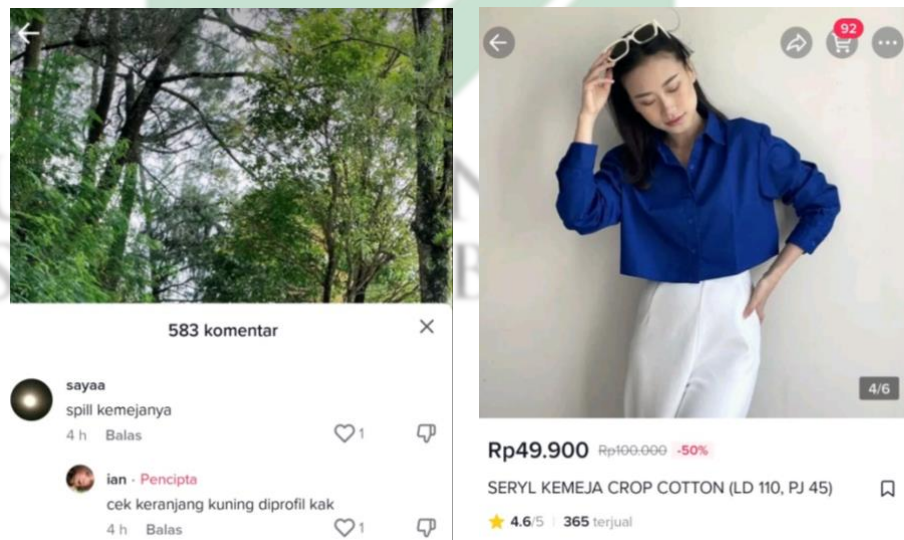


Sumber: [Tiktok.com/@dinnnskyyyy](https://www.tiktok.com/@dinnnskyyyy) Sumber: [Tiktok.com/@racunoutfituy](https://www.tiktok.com/@racunoutfituy)

Dalam postingan yang diunggah oleh pemilik akun *TikTok* @racunoutfituy dapat dilihat bahwa pemilik akun tersebut menggunakan

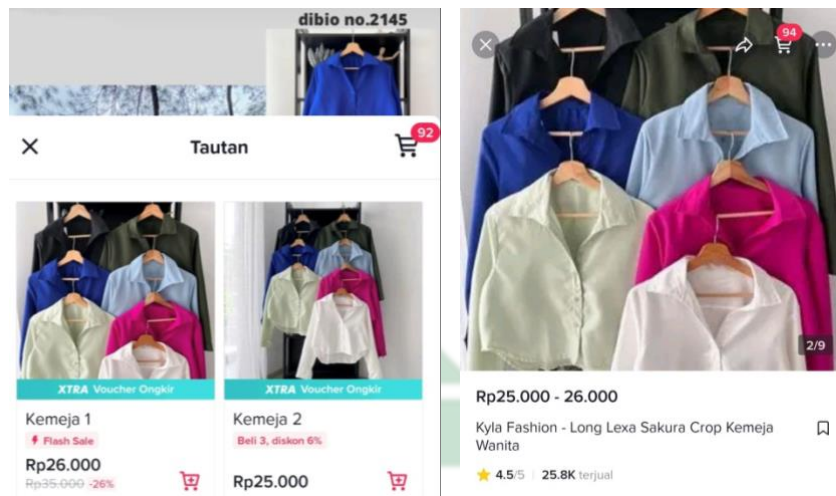
video milik kreator lain untuk mempromosikan produk pada bisnis *TikTok Affiliate*. Video yang diunggah bukanlah video orisinal, karena video tersebut merupakan video yang dibuat oleh pemilik akun @dinnnskyyyy pada akun *TikTok*-nya. Dapat diketahui bahwa pemilik akun *TikTok* @racunoutfituy terdaftar pada bisnis *TikTok Affiliate* karena mencantumkan ikon keranjang kuning pada video yang diunggah ulang. Dalam keranjang kuning itu berisi tautan *link* produk-produk yang dipakai dalam video tersebut. Sementara itu, dalam video yang dibuat oleh pemilik aslinya tidak mencantumkan *link* produk pada keranjang kuning langsung. Akan tetapi, dalam kolom komentar yang ada di video tersebut ada penuturan dari pemilik video bahwa produk yang sedang dipakai terdapat pada ikon keranjang pada profil *TikTok* miliknya.

Gambar 8. Tampilan Komentar dan *Link* Produk milik kreator



Sumber: [Tiktok.com/@dinnnskyyyy](https://www.tiktok.com/@dinnnskyyyy)

Gambar 9. *Link* Produk yang dibagikan oleh @racunoutfituy



Sumber: [Tiktok.com/@racunoutfituy](https://www.tiktok.com/@racunoutfituy)

Dalam Gambar 9 dapat diketahui bahwa pemilik asli video juga terdaftar pada bisnis *TikTok Affiliate*. Pada kolom komentar terdapat pengguna lain yang menanyakan produk yang dipakainya dan pemilik asli video memberitahukan kalau produk yang dipakai terdapat pada ikon keranjang di profilnya. Ketika ikon keranjang pada profilnya ditekan, akan muncul tampilan mengenai produk tersebut. Pada *link* produk yang dibagikan oleh pemilik asli video terlihat bahwa harga baju tersebut senilai 49.900 rupiah.

Sedangkan, dalam Gambar 10 merupakan tampilan *link* produk di keranjang kuning yang dibagikan oleh akun @racunoutfituy yang menggunakan video milik kreator lain. Harga dari baju pada tautan *link* tersebut senilai 26.000 rupiah. Sehingga dapat dipahami bahwa dalam menjalankan bisnis *TikTok Affiliate*, akun @racunoutfituy menggunakan video milik kreator lain dengan membagikan *link* produk yang dimiliki dan tidak sesuai dengan produk yang ada dalam video aslinya.

Pemilik akun @racunoutfituy mencantumkan *link* produk yang harganya cenderung lebih murah daripada yang dibagikan oleh pemilik video aslinya. Hal itu dilakukan guna menarik minat konsumen agar membeli melalui tautan *link* yang dibagikannya. Karena konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang harganya lebih murah. Apabila semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli, maka komisi yang didapatkan akan lebih besar. Itulah tujuan utama dari dilakukannya praktik promosi dengan mengambil video orang lain.

Umumnya, anggota *TikTok Affiliate* yang melakukan promosi dengan mengambil video milik orang lain memberikan komentar pada postingan milik kreator yang videonya sedang populer. Komentar tersebut berisi pemberitahuan mengenai produk yang sedang dipakai dalam video tersebut. Tidak jarang anggota *TikTok Affiliate* tersebut juga membalas komentar pengguna lain dengan mencantumkan *link* produk yang dimilikinya. Produk itu terlihat serupa tetapi kualitas dari produk jelas berbeda. Karena tautan *link* produk yang dicantumkan juga berbeda.

Dalam menjalankan praktik promosi dengan menggunakan video milik kreator lain, para anggota *TikTok Affiliate* tidak melakukan izin kepada pemilik asli video. Hal tersebut dilakukan sebab menurutnya video yang telah diunggah pada akun *TikTok* bebas untuk dapat diunduh oleh siapa pun. Sebagaimana dipaparkan oleh Eka Widia Astuti sebagai anggota *affiliate* yang melakukan praktik promosi dengan mengambil video orang lain:

“Kalau izin seperti *chat* pribadi ke pemilik video asli, saya tidak lakukan. Karena percuma juga tidak akan dibalas. Jadi langsung saya ambil saja videonya, menurut saya kalau sudah diupload berarti orang lain bebas untuk mengunduh video tersebut.”²⁸

Tentunya hal tersebut akan merugikan pemilik video aslinya, karena pemilik video telah bersusah payah untuk membuat video yang menarik. Pemilik asli video harus memikirkan konsep video terlebih dahulu sebelum membuat videonya. Selain itu juga berusaha mencari tempat yang menarik, membuat video dengan kualitas yang bagus, hingga mengedit video itu dengan estetik. Banyak sekali yang harus dilakukan sebelum mengunggah video itu. Namun orang lain begitu saja mengambil video tersebut untuk digunakan sebagai promosi demi kepentingan pribadinya dengan membagikan tautan *link* miliknya sendiri.

Praktik promosi dengan mengambil video milik orang lain juga akan merugikan pemilik video yang juga bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*. Sebab mereka telah berusaha untuk membuat video yang mempromosikan produk dengan *effort* yang besar. Akan tetapi, dimanfaatkan oleh orang lain untuk memperoleh komisi dari video tersebut. Sehingga kreator tidak dapat memperoleh komisi, karena anggota *TikTok Affiliate* yang mengambil video miliknya telah membagikan dengan tautan *link* yang berbeda dengan *link* milik kreator.²⁹

Pada bisnis *TikTok Affiliate* mekanisme perolehan komisi didapatkan apabila menjadi penghubung terakhir bagi konsumen sebelum membeli

²⁸ Eka Widia Astuti (Anggota *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 20 Februari, 2023.

²⁹ Laily Rosyidah (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

produk. Komisi akan diperoleh oleh kreator *affiliate* yang berhasil menjualkan produk hingga konsumen menyelesaikan pembelian produk tersebut. Besaran komisi yang diperoleh kreator *TikTok Affiliate* berbeda-beda tiap produk. Karena persentase komisi yang di dapat berdasarkan keputusan dari *seller* selaku penjual produk.

Besaran komisi yang diperoleh sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak *TikTok* pada tampilan awal sebelum memilih produk yang akan dipromosikan. Apabila ada kendala komisi tidak masuk, biasanya karena produk yang dibeli dibatalkan oleh konsumen, atau bisa jadi konsumen mengajukan pengembalian barang atau *refund*.³⁰

Apabila konsumen melakukan pengajuan pengembalian barang, maka anggota *TikTok Affiliate* akan memperoleh komisi ketika produk telah diterima lagi oleh konsumen. Namun apabila konsumen melakukan pengajuan pengembalian dana (*refund*), maka anggota *TikTok Affiliate* tidak akan memperoleh komisi. Sebab dana milik konsumen yang masuk ke penjual (*seller*) oleh penjual akan dikirim langsung ke konsumen. Hal ini berarti transaksi pembelian produk tersebut tidak dapat terselesaikan sehingga anggota *affiliate* tidak dapat memperoleh komisi.

4. Alasan Melakukan Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain

Alasan dari anggota *TikTok Affiliate* yang melakukan praktik promosi dengan menggunakan video milik orang adalah untuk memperoleh komisi yang besar. Hal tersebut dilakukan tanpa mau berusaha untuk membuat

³⁰ Eka Putri (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

video promosi karyanya sendiri. Sebagaimana dijelaskan oleh Nurul Abidah selaku anggota *affiliate* yang menjalankan praktik ini:

“Kalau alasan saya melakukan ini karena memiliki ambisi untuk mendapatkan komisi yang besar tanpa harus mengeluarkan uang untuk membeli produk tersebut.”³¹

Apabila memperoleh produk melalui pengajuan sampel gratis, prosesnya lama dan belum tentu akan disetujui oleh *seller*. Kalau melakukan promosi dengan hasil *screenshoot* produk juga akan kurang menarik konsumen. Akhirnya memilih untuk melakukan praktik promosi dengan mengambil video milik orang lain. Sebab caranya sederhana, hanya dengan mencari video yang memiliki kualitas bagus dan sedang banyak dilihat oleh pengguna *TikTok*.

Dalam menjalankan praktik tersebut, anggota *TikTok Affiliate* biasanya mengambil video dari kreator yang terkenal. Sebab semua orang pasti tertarik dengan produk yang dipakai kreator terkenal itu. Lalu mencari produk yang terlihat sama dengan yang ada dalam video tersebut tapi dengan harga yang lebih murah. Sudah pasti akan mendapatkan untung yang besar jika banyak konsumen yang tertarik dan membeli melalui *link* yang telah dibagikan. Karena konsumen tentunya lebih tertarik pada produk yang harganya lebih murah.³²

5. Kerugian Pihak Konsumen

Keberadaan anggota *TikTok Affiliate* yang mempromosikan produk dengan mencantumkan tautan *link* produk atau keranjang kuning tersebut

³¹ Nurul Abidah (Anggota *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 21 Februari, 2023.

³² Eka Widia Astuti (Anggota *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 21 Februari, 2023.

sangat memudahkan konsumen untuk membeli produk. Sebab hanya tinggal menekan ikon keranjang kuning apabila tertarik ingin membeli produk tersebut. Akan tetapi, apabila membagikan tautan *link* tidak sesuai dengan yang ada dalam video dapat merugikan konsumen yang akan membeli produk tersebut.

Konsumen membeli produk tersebut karena mengira sama dengan yang dipakai dalam video. Sebab yang ada dalam video terlihat bagus dan menarik. Namun, ketika produk tersebut sampai ditangan konsumen ternyata tidak sesuai dengan yang ada dalam video tersebut. Sebagaimana yang pernah dialami oleh Olivia Rahmadani selaku konsumen *TikTok Shop*. Saat itu, dia tertarik dengan produk yang ada dalam video promosi milik anggota *TikTok Affiliate*. Dalam video tersebut produknya terlihat bagus dipakai dan tampak detail bahan dari baju tersebut yaitu bahan *crinckle*. Harga yang tercantum dalam video promosi itu juga murah. Akhirnya memutuskan untuk membeli *blouse* tersebut melalui tautan *link* yang dibagikan oleh anggota *affiliate*. Namun, ketika produknya sampai, dia merasa kecewa sebab *blouse* tersebut tidak berbahan *crinckle* melainkan bahan rayon dan kainnya sangat tipis.³³

Anggota *TikTok Affiliate* yang menggunakan video milik orang lain untuk promosi dan mencantumkan tautan *link* produk seharusnya dapat melakukan *riset* terhadap kualitas produk tersebut. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan yang ada dalam video, jelas akan merugikan

³³ Olivia Rahmadani (Konsumen *TikTok Shop*), *Wawancara*, Surabaya, 22 Februari, 2023.

konsumen. Seperti yang dialami oleh Dita Putri sebagai konsumen *TikTok Shop* yang pernah kecewa sebab video promosi yang dibagikan oleh anggota *affiliate*. Saat itu ada video promosi mengenai kemeja dengan harga sekitar 100.000 rupiah. Seharusnya dengan kisaran harga tersebut dapat memperoleh barang yang sesuai. Karena dalam video promosinya juga terlihat lucu dan menarik. Namun ketika barangnya datang justru tidak sesuai ekspektasi. Bahannya tipis dan kancingnya terbalik.³⁴

6. Sanksi

Apabila melakukan praktik promosi dengan mengambil video orang lain tetapi orang tersebut tidak bergabung bisnis *TikTok Affiliate*, maka harus izin terlebih dahulu karena setiap video pastinya memiliki hak cipta. Jika pemilik asli video tidak mengizinkan, sebaiknya anggota *affiliate* tidak menggunakan video tersebut. Apabila menggunakan video orang lain ternyata pemilik video juga bergabung *TikTok Affiliate*, maka bisa dilaporkan ke pihak *TikTok*.

Sanksi yang diperoleh bagi anggota *affiliate* yang melakukan praktik tersebut dapat berupa akun *TikTok*-nya akan dibekukan. Namun sampai saat ini belum diketahui pelaksanaan dari sanksi tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh Maysarah selaku kreator *TikTok Affiliate* bahwa untuk sanksi yang diberikan kurang tahu mengenai pelaksanaannya. Akan tetapi, akun *TikTok*-nya dapat dilaporkan sehingga pihak *TikTok* akan melakukan

³⁴ Dita Putri (Konsumen *TikTok Shop*), *Wawancara*, Surabaya, 22 Februari, 2023.

peninjauan dan bisa jadi sampai dibekukan akun tersebut.³⁵

Hal tersebut juga ditambahkan oleh Eka Putri selaku kreator *affiliate* bahwa dirinya pernah melaporkan akun *TikTok* yang mengunggah ulang (*repost*) video miliknya untuk promosi, namun akun *TikTok* tersebut masih ada dan masih terus melakukan praktik tersebut.³⁶



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³⁵ Maysarah (Kreator *TikTok Affiliate*), *TikTok message to author*, 12 Maret, 2023.

³⁶ Eka Putri (Kreator *TikTok Affiliate*), *Wawancara*, Surabaya, 16 Februari, 2023.

BAB IV

**ANALISIS HUKUM ISLAM DAN FATWA DSN MUI NOMOR 24
TAHUN 2017 DALAM PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN VIDEO
ORANG LAIN PADA BISNIS *TIKTOK AFFILIATE* DI *TIKTOK***

A. Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Promosi pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok*

TikTok Affiliate menjadi suatu bisnis afiliasi yang dibuat oleh *TikTok* bagi penggunanya yang ingin memperoleh komisi dengan cara mempromosikan produk yang dijual di *TikTok Shop*. Dengan kata lain, seseorang yang mendaftar *TikTok Affiliate* ini menjadi penghubung antara penjual dan pembeli. Nantinya komisi atau imbalan akan diperoleh apabila telah terjadi penjualan produk melalui tautan *link* yang dibagikan. Dari praktik promosi yang dilakukan pada bisnis *TikTok Affiliate* terdapat unsur pekerjaan dan upah. Dalam hal ini, pekerjaan dan upah dapat menjadi unsur dari akad *ju'alah* dan akad *ijarah*.

Terdapat beberapa perbedaan dari kedua akad ini, akad *ju'alah* dan akad *ijarah*. Dalam akad *ijarah*, mengenai pemberian upah boleh diberikan sebelum atau sesudah menyelesaikan pekerjaan. Sedangkan dalam akad *ju'alah*, upah atau imbalan diberikan setelah semua pekerjaan yang diperintahkan telah selesai. Dalam praktik promosi pada bisnis *TikTok Affiliate*, kreator memperoleh komisi setelah konsumen berhasil menyelesaikan pembelian produk melalui *link* yang dibagikan oleh kreator.

Sehingga dapat dipahami bahwa transaksi bisnis *TikTok Affiliate* dapat dikategorikan dalam akad *ju'alah*.

Dalam pelaksanaan akad *ju'alah*, jangka waktu pengerjaan tidak disyaratkan diketahui. Pada bisnis *TikTok Affiliate*, tidak terdapat jangka waktu untuk menyelesaikan pekerjaan. Perlu diketahui bahwa hal yang menjadi utama dalam bisnis *TikTok Affiliate* yaitu kemampuan dalam mempromosikan suatu produk sehingga terjadi penjualan, bukan pada jangka waktu untuk menjualnya. Dalam bisnis *TikTok Affiliate* kontrak kerja yang dilakukan juga tidak mengikat secara eksklusif. Kontrak kerja yang tidak mengikat menyebabkan salah satu pihak dapat membatalkan akad tanpa persetujuan pihak lain.

Dalam hal mencukupi kebutuhan jasa, akad *ju'alah* akan sah dilaksanakan jika terpenuhinya beberapa hal yang menjadi rukun dan syarat *ju'alah* di antaranya:

1. Pihak yang memberikan imbalan (*Ja'il*)

Menurut Abu Azzam Al-Hadi, *ja'il* merupakan orang yang menjanjikan untuk memberi upah. Yang menjanjikan upah itu boleh juga orang lain yang mendapat izin dari orang yang memiliki pekerjaan.¹

Dalam hal ini, pihak *TikTok* membuat program *TikTok Affiliate* untuk membantu *seller* agar produk yang dijual dapat dipromosikan oleh kreator, sehingga penjualan dapat meningkat. Pihak *TikTok* juga membantu kreator yang ingin mendapat penghasilan tambahan dari program ini. Komisi akan

¹ Abu Azam Al Hadi, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 199.

dibayarkan oleh *TikTok* ke kreator secara otomatis dengan persentase tertentu dari hasil penjualan. Jadi, dalam hal ini pihak *TikTok* memberikan imbalan berupa komisi kepada kreator, namun komisi tersebut diambil dari beberapa persen hasil penjualan yang diterima *seller*.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi *ja'il* sebagai pihak yang memberikan pekerjaan yaitu haruslah orang yang *muthlaq at-tasharuf* atau memiliki kemutlakan dalam bertransaksi (*bāligh*, berakal dan bijaksana). Dalam hal ini pihak *TikTok* dianggap telah memenuhi kemutlakan dalam bertransaksi. Selain itu terdapat syarat lain bagi *ja'il* yaitu harus memiliki kesanggupan untuk memberikan upah atau imbalan. Hal tersebut dibuktikan dengan pihak *TikTok* memberikan imbalan berupa komisi bagi kreator yang berhasil mempromosikan produk hingga konsumen berhasil menyelesaikan pembelian terhadap produk tersebut.

2. Pihak yang melaksanakan pekerjaan (*Maj'ul*)

Dalam hal ini yang berkedudukan sebagai pihak yang melaksanakan pekerjaan (*maj'ul*) yaitu anggota atau kreator *TikTok Affiliate*. Seorang *maj'ul* haruslah orang yang cakap hukum dan mampu untuk melaksanakan pekerjaan. Pada bisnis *TikTok Affiliate* terdapat salah satu syarat mengenai ketentuan usia untuk mendaftar yaitu minimal berusia 18 tahun. Sehingga pengguna yang belum berusia 18 tahun tidak dapat mendaftar program ini. Ketika berhasil mendaftar *TikTok Affiliate* dan telah disetujui oleh *TikTok*, maka dianggap telah memenuhi persyaratan untuk menjadi anggota *affiliate*. Anggota *affiliate* adalah orang-orang yang terampil dalam

mempromosikan produk sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, syarat lain bagi *maj'ul* yaitu mengetahui adanya pekerjaan dan orang yang aktif sebagai peserta. Anggota *affiliate* atau kreator telah mengetahui bahwa pekerjaan yang akan dilakukan yaitu mempromosikan suatu produk. Dan untuk dapat memperoleh komisi dalam program ini, anggota *affiliate* harus masih tergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*.

3. *Ṣighat* (Ucapan)

Ṣighat dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan, maupun isyarat yang memberikan penjelasan mengenai pekerjaan yang akan dilaksanakan. Saat mendaftar *TikTok Affiliate*, dalam *website TikTok* telah ada tulisan mengenai syarat dan ketentuan pendaftaran. Agar dapat mendaftar *TikTok Affiliate* diharuskan untuk memiliki akun *TikTok Shop*. Untuk membuat akun *TikTok Shop* diharuskan mengisi data-data seperti nama, alamat, dll. Kemudian menyetujui persyaratan layanan dan kebijakan privasi yang ada dalam *TikTok Shop*. Apabila pembuatan akun *TikTok Shop* telah disetujui oleh pihak *TikTok* maka sudah dinyatakan bergabung dalam program *TikTok Affiliate*. Sehingga secara hukum hal tersebut dinyatakan telah terjadi *ṣighat* antara kedua belah pihak yaitu pihak *TikTok* dan kreator.

Selain itu, *ṣighat* haruslah menerangkan perolehan upah atau imbalan yang akan didapatkan dengan jelas. Pada bisnis *TikTok Affiliate*, ketika seorang kreator akan memilih produk yang ingin dipromosikan, dalam tampilan produk tersebut juga tertera nominal komisi yang akan diperoleh

jika memilih produk itu. Jadi, kreator telah mengetahui secara jelas imbalan atau komisi yang akan diperoleh apabila mempromosikan produk tersebut.

4. *Amal* (Pekerjaan)

Menurut Saleh Alfauzan, mengenai *amal* (pekerjaan) yang akan dilakukan harus sesuatu yang diperbolehkan bukan sesuatu yang dilarang dan jenis pekerjaan yang akan dilakukan harus diketahui ketika terjadinya akad.² Pada akad *ju'ālah*, syarat pekerjaan yang dilakukan harus memiliki tingkat kesulitan atau ada hasil jerih payah, karena secara *syar'i* pekerjaan yang tidak ada jerih payahnya tidak layak dikomersialkan. Selain itu, pekerjaan yang dilakukan harus mengandung manfaat yang jelas dan dibolehkan oleh syariat Islam.

Dalam bisnis *TikTok Affiliate*, anggota *affiliate* diharuskan untuk membuat video yang mempromosikan suatu produk dengan membagikan tautan *link* mengenai produk tersebut. Video promosi yang dibuat harus kreatif agar dapat menarik konsumen untuk membeli. Dalam membuat video promosi tersebut, tidak jarang ada kreator yang sampai harus membeli produk terlebih dahulu agar dapat mempromosikannya dengan maksimal.

Namun dalam praktiknya, juga ditemui beberapa anggota *affiliate* yang melakukan promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* dengan menggunakan video orang lain. Cara itu dilakukan dengan mengunggah ulang video

² Saleh Alfauzan, *Fiqih Sehari-hari* (Jakarta: Gema Insan, 2006), 5.

milik orang lain, lalu mencari produk yang serupa dengan yang ada dalam video dan membagikan tautan *link* produk yang ditemukan. Akan tetapi tidak mengetahui secara detail kualitasnya sama atau tidak. Hal itu dilakukan untuk mendapat komisi yang banyak, tanpa mau bersusah payah mengembangkan ide kreatifnya dalam membuat video promosi yang menarik.

Praktik promosi dengan menggunakan video orang lain tentunya akan merugikan pemilik asli video dan konsumen yang membeli produk tersebut. Apalagi jika pemilik asli video juga mengikuti program *TikTok Affiliate* ini. Pemilik asli telah bersusah payah untuk membuat video promosi yang menarik, namun orang lain dengan kehendaknya sendiri berusaha memanfaatkan video tersebut untuk memperoleh komisi. Dan konsumen juga akan merasa dirugikan apabila kualitas produk yang dibeli ternyata tidak sesuai dengan yang ada dalam video promosi.

Sehingga dapat diketahui bahwa tindakan mengambil video milik orang lain untuk dipromosikan belum memenuhi salah satu syarat *amal* (pekerjaan) pada akad *ju'alah*. Sebagaimana harusnya suatu pekerjaan yang dilakukan dapat mengandung manfaat yang jelas dan tidak melanggar syariat Islam. Namun praktik promosi dengan mengambil video orang lain mengandung manfaat akan tetapi hal tersebut dapat merugikan pihak lain. Sehingga menyebabkan belum sempurnanya syarat sah akad *ju'alah* yang dilakukan.

Selain itu, syarat dari *amal* (pekerjaan) yaitu hasil pekerjaan dapat diketahui secara jelas juga menjadi syarat suatu *amal* (pekerjaan). Pada bisnis *TikTok Affiliate* hasil pekerjaan dapat diketahui oleh anggota *affiliate* melalui tampilan data harian atau penjualan harian yang ada pada menu komisi. Dalam tampilan tersebut dapat diketahui jumlah pengguna yang mengunjungi tautan *link* yang dibagikan oleh anggota *affiliate*. Selain itu juga terdapat tampilan mengenai jumlah pengguna yang melakukan pembelian produk melalui tautan *link* yang sudah dibagikan.

5. Upah atau imbalan (Komisi)

Dalam akad *ju'alah*, imbalan yang akan diberikan harus jelas telah ditentukan dan diketahui seseorang sebelum melaksanakan pekerjaan. Pada bisnis *TikTok Affiliate*, kreator telah mengetahui komisi yang akan diperoleh ketika mempromosikan salah satu produk. Karena sudah ada nominal komisi yang ada pada tampilan produk. Komisi yang diberikan oleh pihak *TikTok* dapat ditarik melalui rekening yang didaftarkan. Komisi akan diterima oleh kreator apabila konsumen yang membeli produk melalui tautan *link* yang dibagikan telah menyelesaikan pembelian. Jadi, komisi akan diterima apabila transaksi pembelian produk telah selesai. Sehingga dapat dipahami bahwa dalam bisnis *TikTok Affiliate* imbalan atau komisi diberikan setelah pekerjaan selesai dan hasilnya dapat diketahui.

Berdasarkan penjelasan mengenai rukun dan syarat *ju'alah* di atas, dapat diketahui bahwa bisnis *TikTok Affiliate* telah memenuhi rukun akad *ju'alah*.

Sedangkan dari analisis syarat sah yang harus dipenuhi dalam akad *ju'alah*, apabila praktik promosi yang dilakukan pada bisnis *TikTok Affiliate* dijalankan sesuai dengan ketentuan yang ada seperti membuat video orisinal, maka praktik tersebut telah memenuhi syarat sah *ju'alah*. Namun, apabila anggota *affiliate* melakukan praktik promosi dengan cara mengambil video milik orang lain, hal itu dapat membuat suatu promosi mengandung unsur tipuan. Sebab anggota *affiliate* yang membuat promosi dengan menggunakan video milik orang lain tidak mengetahui dengan detail mengenai kualitas dari produk yang dipromosikannya. Maka, praktik promosi tersebut tidak memenuhi syarat *amal* (pekerjaan) dalam akad *ju'alah*. Yang mana harusnya pekerjaan tersebut diharapkan mengandung manfaat yang jelas dan tidak melanggar syariat Islam, bukannya merugikan pihak lain. Sehingga dapat mengakibatkan belum sempurnanya praktik yang telah dilakukan.

B. Analisis Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 terhadap Promosi dengan Menggunakan Video Orang Lain pada Bisnis *TikTok Affiliate* di *Tiktok*

Dengan tujuan untuk mengarahkan masyarakat agar menggunakan media sosial dengan bijak, Majelis Ulama Indonesia telah menetapkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial. Fatwa ini berisi ketentuan hukum dan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan muamalah

melalui media sosial. Agar kegiatan muamalah yang dilakukan oleh masyarakat dapat menjadi bermanfaat.

Praktik promosi yang dilakukan pada bisnis *TikTok Affiliate* di *TikTok* merupakan kegiatan muamalah yang dilakukan melalui media sosial. Sehingga harus berpedoman pada ketentuan yang ada pada Fatwa DSN MUI No. 24 tahun 2017. Kegiatan pada bisnis *TikTok Affiliate* dilakukan dengan cara mempromosikan suatu produk milik *seller* melalui video promosi yang dibuat dengan menarik. Hal itu tentunya akan bermanfaat bagi *seller* untuk dapat meningkatkan penjualan. Selain itu juga dapat bermanfaat bagi kreator untuk mendapat penghasilan tambahan dari komisi yang diperoleh.

Dalam pembuatan konten, berita, atau informasi yang akan disebar di media sosial harus berpedoman bahwa konten yang dibuat tidak mengandung unsur multitafsir, tidak menyakiti perasaan orang lain, terverifikasi kebenarannya, bermanfaat untuk menciptakan kemaslahatan, tidak berisi *ghibah*, fitnah, ujaran kebencian serta perbuatan buruk lainnya. Seorang kreator dalam membuat video promosi untuk bisnis *TikTok Affiliate* hendaknya dapat memperhatikan ketentuan tersebut. Namun pada praktiknya, terdapat anggota *affiliate* yang membuat video promosi dengan menggunakan video milik orang lain. Hal ini dilakukan dengan cara mengunggah ulang video milik orang lain untuk dimanfaatkan sebagai video promosi. Jadi, video promosi yang dibuat tidak orisinal, karena telah mengambil video milik orang lain.

Praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain dapat merugikan pemilik asli video, apalagi jika pemilik video juga bergabung pada bisnis *TikTok Affiliate*. Pemilik asli video telah berusaha membuat video promosi yang menarik sampai harus mengeluarkan biaya untuk membeli produk terlebih dahulu. Namun dimanfaatkan begitu saja oleh orang lain demi memperoleh keuntungan pribadi tanpa mau berusaha membuat video promosi miliknya sendiri.

Selain dapat merugikan pemilik asli video, praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain juga dapat merugikan konsumen. Konsumen membeli produk dari *link* yang dibagikan oleh anggota *affiliate* karena mengira produk yang dibeli akan sama dengan yang ada dalam video. Konsumen akan merasa kecewa dan dirugikan apabila ternyata ketika produknya sampai tidak sesuai dengan video promosi yang ada. Hal itu disebabkan anggota *affiliate* yang mengambil video milik orang lain untuk promosi tidak mengetahui kualitas dari produk dari *link* yang dibagikan. Karena video itu bukan video yang dibuat sendiri, melainkan milik orang lain.

Tindakan tersebut jelas tidak sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Fatwa No. 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial. Dalam fatwa ini dijelaskan bahwa bermuamalah melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain dan membagikan tautan *link* produk yang tidak sesuai adalah tindakan yang melanggar ketentuan agama. Sebab terdapat unsur

penipuan dalam video promosi yang dibuat. Anggota *affiliate* yang membuat konten promosi dengan mengambil video orang lain tidak mengetahui dengan detail mengenai kualitas dari produk yang dipromosikannya. Karena *link* produk yang dibagikan tidak sesuai dengan yang ada dalam video.

Ketentuan Fatwa Nomor 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial dalam pasal ketiga mengenai pedoman yang harus dipenuhi dalam menyebarkan suatu konten/informasi diantaranya konten atau informasi tersebut dapat bermanfaat, bersifat umum, dan informasi yang ada pada konten tersebut benar serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Selain itu konten yang disebarkan harus sesuai dengan waktu dan tempatnya, informasi yang terkait dengan konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya. Serta orang yang menyebarkan suatu konten harus memiliki hak, artinya seseorang memiliki hak untuk penyebaran yang tidak melanggar hak, diantaranya hak kekayaan intelektual, dan tidak melanggar hak privasi.

Dalam hal ini dapat dipahami bahwa anggota *affiliate* yang melakukan praktik promosi dengan menggunakan video milik orang lain pada bisnis *TikTok Affiliate* dikatakan tidak memiliki hak untuk dapat menyebarkan ulang suatu konten promosi. Karena video tersebut dibuat oleh pemiliknya dengan susah payah juga untuk keperluan bisnis *TikTok Affiliate*. Sehingga orang lain tidak berhak untuk menyebarkan video tersebut apalagi dimanfaatkan untuk mendapat keuntungan dari komisi yang didapat melalui bisnis *TikTok Affiliate*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain tanpa izin dilakukan dengan mencari video yang dibuat oleh kreator lain. Video tersebut diunduh dan diunggah ulang pada akun *TikTok* anggota *affiliate* yang menjalankan praktik ini. Umumnya pada video yang sedang banyak ditonton oleh pengguna *TikTok*. Setelah itu, mencari produk yang ada dalam video tersebut tetapi dengan harga yang cenderung lebih murah. Lalu membagikan tautan *link* produk yang dimiliki tanpa mengetahui kualitas dari produk tersebut sama atau tidak dengan yang ada dalam video. Hal tersebut dilakukan tanpa melakukan izin kepada pemilik asli video. Karena menganggap sesuatu yang sudah diunggah pada akun *TikTok* bebas untuk diunduh oleh siapapun.
2. Bisnis *TikTok Affiliate* dapat dikategorikan dalam akad *ju'alah*, karena komisi diperoleh setelah kreator berhasil menyelesaikan pekerjaannya. Praktik promosi pada bisnis *TikTok Affiliate* yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain dapat membuat suatu promosi mengandung unsur tipuan. Sebab anggota *affiliate* yang melakukan praktik tersebut tidak mengetahui dengan detail mengenai kualitas dari produk

yang dipromosikannya. Sehingga hal tersebut belum memenuhi syarat *amal* (pekerjaan) dalam akad *ju'alah* yang diharapkan mengandung manfaat yang jelas dan tidak melanggar syariat Islam. Praktik tersebut mengandung manfaat, akan tetapi dilakukan dengan cara yang merugikan orang lain sehingga menyebabkan belum sempurnanya akad yang dijalankan. Sedangkan berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017, praktik promosi yang dilakukan dengan menggunakan video milik orang lain belum sesuai dengan pedoman umum bermuamalah. Yang mana harusnya dalam bermuamalah melalui media sosial dapat dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan perundangan yang berlaku. Serta belum sesuai dengan pedoman dalam penyebaran konten/informasi, karena tidak memiliki hak terhadap video promosi tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi anggota *Affiliate* yang melakukan promosi dengan menggunakan video orang lain seharusnya dapat lebih mengembangkan ide dan kreatifitasnya dalam membuat video promosi yang menarik. Ketika melakukan promosi dengan menggunakan video orang lain seharusnya dapat izin terlebih dahulu kepada pemilik video, jika tidak diperbolehkan maka jangan mengambil video tersebut. Dan apabila diperbolehkan,

seharusnya dapat membagikan tautan *link* produk yang kualitasnya juga sesuai dengan yang ada dalam video. Bagi anggota *Affiliate* seharusnya dalam melakukan kegiatan bermuamalah dilakukan sesuai dengan ketentuan agama dan perundangan yang berlaku. Serta dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan Fatwa yang berlaku.

2. Bagi calon konsumen yang akan membeli produk melalui tautan *link* yang dibagikan oleh anggota *Affiliate*, seharusnya lebih teliti dan berhati-hati. Jangan mudah tertarik dengan produk yang harganya murah, seharusnya dapat dilihat dulu penilaian dari produk tersebut. Agar tidak merasa kecewa ketika produk yang diterima tidak sesuai dengan yang ada dalam video promosi.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alfauzan, Saleh. *Fiqih Sehari-hari*. Jakarta: Gema Insan, 2006.
- Al-Hadi, Abu Azzam. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Bhaharun, Segaf Hasan. *Fiqih Mu'amalat (Kajian Fiqih Muamalat dalam Madzhab Imam Syafi'i ra)*. Bangil: Yayasan Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah, t.t.
- Departemen Agama RI. *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2015.
- DSN-MUI, *Fatwa DSN-MUI Tentang Akad Ju'alah*. Jakarta: DSN-MUI, 2007. Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah.
- DSN-MUI, *Fatwa DSN-MUI Tentang Hukum dan Pedoman Bermumalah Melalui Media Sosial*. Jakarta: DSN-MUI, 2017. Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermumalah Melalui Media Sosial.
- Ghazaly, Abdul Rahman. Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, Cet 5. Jakarta: Kencana, 2019.
- Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Prasetyo, Adhi. *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Soemitra, Andi. *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

Jurnal

- Afriani dan Ahmad Saepudin. "Implementasi Akad Ju'alah dalam Lembaga Keuangan Syariah." *Eksisbank (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, no. 1 (Desember, 2018): 60, accessed Februari 07, 2023, <https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.54>.
- Arif, M. Syaikhul. "Ju'alah dalam Pandangan Islam." *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara*, no.2 (Desember, 2019): 29-30, accessed Februari 04, 2023, <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Siyasah/article/view/120>.

Astuti, Gina Dwi dan Sandy Rizki Febriadi. "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad *Ju'ālah* Terhadap Praktik *Giveaway* Bersyarat pada *Online Shop*." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, no. 2 (Agustus, 2020): 469, accessed Januari 26, 2023, <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22220>.

Haryono. "Konsep *Ju'ālah* dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari." *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, no. 9 (2017): 650, accessed Februari 04, 2023, <http://dx.doi.org/10.30868/am.v5i09.187>.

Mulyani, Yani Sri. Taufik Wibisono, Agung Baitul Hikmah. "Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi." *Hospitality*, no. 1 (01 Juni, 2022): 292, accessed Desember 10, 2022, <https://doi.org/10.47492/jih.v11i1.1612>.

Ningtyas, Mega Ayu dan Safaruddin Harefa, "Kewenangan Fatwa Majelis Ulama Indonesia terhadap Label Kosmetik di Indonesia", *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, no. 01 (Januari-Juni, 2022): 16. accessed Mei 11, 2023, <https://doi.org/10.35961/perada.v5i1.252>.

Priatama, Ryan. Ilham Hilal Ramadhan, Az-Zuhaida, Awanis Akalili, Febriansyah Kulau. "Analisis Teknik *Digital Marketing* pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok @jogjafoodhunterofficial*." *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, no.1 (Juni, 2021): 50, accessed Desember 14, 2022, <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

Rahman, Abdur. "Analisis Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Multi Level Marketing* (MLM) (Studi atas Marketing Plan www.Jamaher.Network)." *Al- 'Adalah*, no. 2 (Desember, 2016): 180, accessed Januari 26, 2023, <https://media.neliti.com/media/publications/197204-ID-analisis-penerapan-akad-jualah-dalam-mul.pdf>.

Sumber Online

Aini, Alisatul. "*TikTok Affiliate*: Pengertian, Syarat Daftar, Cara Kerja dan Strateginya." *Communication Graduate*. 01 Agustus, 2022, accessed Desember 17, 2022, <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-tiktok-affiliate>.

Ardia, Irsa. "Apa Itu *TikTok Shop*? Ini Penjelasan dan Cara Belanja di Fitur Baru *TikTok*." 20 September, 2021, accessed Desember 10, 2022, <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknopr-702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dan-cara-belanja-di-fitur-baru-tiktok>.

Irwan. "Cara Tarik Komisi *TikTok Affiliate* ke Rekening Bank." 02 September, 2022, accessed Februari 11, 2023, <https://carabimo.com/cara-tarik-komisi-tiktok-affiliate-ke-rekening/>.

Shofa, Nisa Maulan. “*TikTok Affiliate*: Syarat, Cara Daftar, Cara Kerja, Cara Cek Komisi.” 9 Februari, 2023, accessed Februari 10, 2023, <https://www.kitalulus.com/gaya-hidup/tiktok-affiliate>.

Vivian, Alvina. “Cara Daftar *TikTok Affiliate* Terbaru 2022 untuk Menambah Penghasilan.” 15 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.ekrut.com/media/tiktok-affiliate>.

Yanuar. “Kapan Komisi *TikTok Affiliate* Masuk? Ini Aturannya!”. accessed Februari 11, 2023, <https://www.im3buzz.com/kapan-komisi-tiktok-affiliate-masuk/>.

Yuliasuti, Desy. Cara Daftar *TikTok Affiliate* Terbaru untuk Dapat Komisi”, 23 Desember, 2022, accessed Februari 10, 2023, <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>.

Wawancara

Putri, Eka. (Kreator *TikTok Affiliate*). *Wawancara*. Surabaya, 16 Februari, 2023.

Vauziyah, Diana Tri. (Kreator *TikTok Affiliate*). *Wawancara*. Surabaya, 14 Februari, 2023.

Rosyidah, Laily. (Kreator *TikTok Affiliate*) *Wawancara*. Surabaya, 15 Februari, 2023.

Maysarah. (Kreator *TikTok Affiliate*). *TikTok message to author*. 12 Maret, 2023.

Astuti, Eka Widia. (Anggota *TikTok Affiliate*). *Wawancara*. Surabaya, 20 Februari, 2023.

Abidah, Nurul. (Anggota *TikTok Affiliate*). *Wawancara*. Surabaya, 21 Februari, 2023.

Rahmadani, Olivia. (Konsumen *TikTok Shop*). *Wawancara*. Surabaya, 22 Februari, 2023.

Putri, Dita. (Konsumen *TikTok Shop*). *Wawancara*. Surabaya, 22 Februari, 2023.