

**SISTEM AFFILIATE DALAM MARKETPLACE TIK TOK SHOP  
PADA PRODUK SKINCARE SHERIZ DITINJAU DARI ETIKA  
BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Tugas Skripsi dan Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)*

**Oleh:**  
**Diva Audrey Renata**  
**NIM: G74219092**



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

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Diva Audrey Renata dengan NIM G74219092 menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan serta penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Pada skripsi ini juga tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 05 Juli 2023



Diva Audrey Renata  
NIM. (G74219092)

## DECLARATION

I, Diva Audrey Renata with NIM G74219092, stated this :

1. My thesis is original and completely my own work, and not the work of others on my behalf, and is not the result of imitation and plagiarism of other people's work. This thesis has never been submitted for an academic degree either at UIN Sunan Ampel Surabaya, or at any other tertiary institution.
2. In this thesis, there are also no works or opinions that have been written or published by other people, unless it is clearly stated in writing as a reference by mentioning the name of the author and included in the Bibliography.
3. I make this statement truthfully, and if in the future there are deviations and untruths in this statement, then I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the title that has been obtained because of this thesis writing, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations that apply at UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 05 Juli 2023



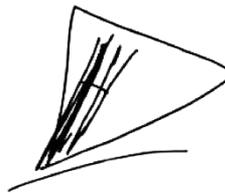
Divya Audrey Renata  
NIM (G74219092)

## **LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Skripsi yang telah ditulis oleh Diva Audrey Renata dengan NIM G74219092 ini  
telah diperiksa dan disetujui untuk  
dimunaqosahkan**

**Surabaya, 20 Juni 2023**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, sweeping lines that form a stylized, somewhat triangular shape pointing to the right.

**Deasy Tantriana, M.M**

**NIP. 198312282011012009**

LEMBAR PENGESAHAN

SISTEM AFFILIATE DALAM MARKETPLACE TIK TOK SHOP  
PADA PRODUK SKINCARE SHERIZ DITINJAU DARI ETIKA  
BISNIS ISLAM

Oleh

**Diva Audrey Renata**  
NIM: G74219092

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 17 Juli 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Deasy Tantriana, MM  
NIP. 198312282011012009  
(Penguji 1)
2. Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M  
NIP. 196212141993031002  
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI  
NIP. 198508222019031011  
(Penguji 3)
4. Dwi Koerniawati, S.E., M.A., AK., CA  
NIP. 198507122019032010  
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 17 Juli 2023  
Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.El  
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**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](mailto: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 : Diva Audrey Renata  
NIM : G74219092  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : divaaudreyr@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 :

Sistem Affiliate Dalam Marketplace Tik Tok Shop Pada Produk Skinacare Sheriz Ditinjau dari

Etika Bisnis Islam

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, 13 Oktober 2023

Penulis

(Diva Audrey Renata)

## ABSTRAK

Dalam praktek jual beli di Islam sangat dibutuhkan penerapan etika bisnis Islam agar tidak terjadi adanya malpraktik. Terlebih pada jual beli online yang dimana menggunakan sistem *affiliate*, disini *affiliate marketer* menjualkan produk dari sebuah Brand. Nantinya pembeli akan membeli produk melalui *link* yang dibagikan oleh *affiliate marketer* kemudian *affiliate marketer* akan mendapatkan komisi dari penjualan tersebut. Hal tersebut berbeda dengan prinsip jual beli Islam yang dimana penjual harus menjualkan barang miliknya sendiri. Apakah jual beli menggunakan sistem *affiliate* ini diperbolehkan pada jual beli Islam jika didalamnya tidak mengandung unsur penipuan.

Pada penelitian ini peneliti akan meneliti terkait penerapan etika bisnis Islam pada penjualan produk Sheriz dengan sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop. Metode yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara kepada pemilik Brand Sheriz dan *affiliate marketer* Brand Sheriz.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* Brand Sheriz telah menerapkan etika bisnis Islam pada penjualan melalui sistem *affiliate* marketplace Tik Tok Shop. Dalam penjualannya menggunakan sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* produk Brand Sheriz tidak ada mengandung unsur penipuan walaupun penjualan produknya melalui sistem *affiliate* yang dimana berbasis online atau bisa dibilang belanja online.

Penelitian ini dapat memberikan saran kepada pihak Brand Sheriz agar dapat mempertahankan atau bahkan menambahkan unsur - unsur etika bisnis Islam dalam penjualannya melalui sistem *affiliate* marketplace Tik Tok Shop. Penelitian ini juga memberikan saran kepada *affiliate marketer* Brand Sheriz agar selalu memperhatikan dan mengimplementasikan unsur etika bisnis Islam dalam mempromosikan produk yang dijual menggunakan sistem *affiliate* Tik Tok Shop. Serta penelitian ini memberikan saran untuk pembacanya agar selalu menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan bisnis sesuai dengan syariat islam.

Kata kunci : Sistem *Affiliate*, Etika Bisnis Islam, Marketplace

## ABSTRACT

In the practice of buying and selling in Islam, it is very necessary to apply Islamic business ethics so that malpractice does not occur. Especially in buying and selling online that uses an affiliate system, here affiliate *marketers* sell products from a Brand. Later the buyer will buy the product through the link shared by the affiliate *marketer* then the affiliate *marketer* will get a commission from the sale. This is different from the principle of buying and selling in Islam where the seller must sell the goods himself. Is buying and selling with an affiliate system permissible in buying and selling in Islam if it does not contain an element of fraud.

In this study, researchers will examine the application of Islamic business ethics in selling Sheriz products with an affiliate system in the Tik Tok Shop marketplace. The method used by researchers in this research is descriptive qualitative. Data collection in this study was carried out through observation, documentation and interviews with Brand Sheriz owners and Brand Sheriz affiliate *marketers*.

The results of this study indicate that Brand Sheriz and also affiliate *marketer* Brand Sheriz have implemented Islamic business ethics in selling through the Tik Tok Shop affiliate marketplace system. In sales using the affiliate system at the Tik Tok Shop Brand Sheriz marketplace and also affiliate *marketers*, Brand Sheriz products do not contain any elements of fraud, even though the sale of these products is through an online-based affiliate system or you could say online shopping.

This research can provide advice to Brand Sheriz to maintain or even add elements of Islamic business ethics in selling through the Tik Tok Shop affiliate marketplace system. This research also provides advice to Brand Sheriza affiliate *marketers* to always pay attention to and apply elements of Islamic business ethics in promoting products sold using the Tik Tok Shop affiliate system. As well as this research provides advice for readers to always apply Islamic business ethics in doing business in accordance with Islamic law.

Keywords: *Affiliate* System, Islamic Business Ethics, Marketplace

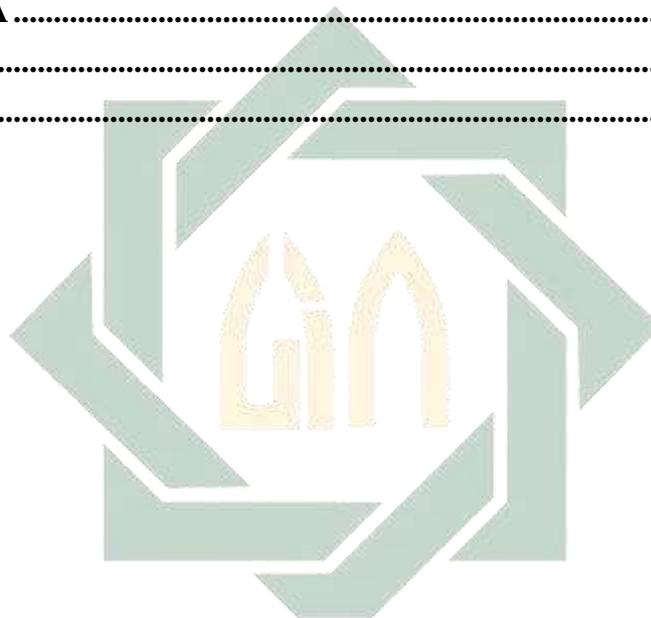
UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>SISTEM <i>AFFILIATE</i> DALAM <i>MARKETPLACE</i> TIK TOK SHOP PADA PRODUK <i>SKINCARE</i> SHERIZ DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM.....</b>	<b>i</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>SISTEM <i>AFFILIATE</i> DALAM <i>MARKETPLACE</i> TIK TOK SHOP PADA PRODUK <i>SKINCARE</i> SHERIZ DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DECLARATION.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Pengertian Sistem <i>Affiliate</i> .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Jenis jenis Bisnis <i>Affiliate</i> .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.3 Etika Bisnis Islam.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.4 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.5 Konsep Etika Islam .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.6 Prinsip Etika Bisnis Islam .....</b>	<b>18</b>

2.1.7	Kedudukan Hukum Sistem <i>Affiliate</i> .....	26
2.1.8	Transaksi Jual Beli Melalui Sistem <i>Affiliate</i> .....	28
2.1.9	Merchant/Vendor dalam Sistem <i>Affiliate</i> .....	29
2.1.10	Pembeli Dalam Sistem <i>Affiliate</i> .....	30
2.1.11	Objek Jual Beli Dalam Sistem <i>Affiliate</i> .....	31
2.1.12	Akad Dalam Islam.....	32
2.1.13	Syarat – Syarat Akad.....	33
2.1.14	Pengertian Ujrah.....	34
2.2.	Kajian Literatur .....	36
2.3.	Kerangka Konseptual .....	44
<b>BAB III.....</b>		<b>45</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	45
3.2	Lokasi Penelitian .....	45
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3.1	Data Primer .....	46
3.3.2	Data Sekunder .....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Wawancara .....	47
3.4.2	Dokumentasi .....	47
3.5	Teknik Analisis Data .....	47
3.5.1	Reduksi Data.....	48
3.5.2	Penyajian Data .....	48
3.5.3	Penarikan Kesimpulan .....	49
<b>BAB IV .....</b>		<b>50</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Subjek dan Objek .....	50
4.1.1	<i>Brand Sheriz</i> .....	50
4.1.2	Produk <i>Brand Sheriz</i> yang dipasarkan melalui marketplace Tik Tok Shop 51	
4.1.3	Sistem <i>Affiliate</i> Tik Tok Shop untuk Pengguna yang ingin berjualan tanpa modal 53	
4.1.4	Sistem <i>Affiliate</i> yang diterapkan oleh <i>Brand Sheriz</i> pada penjualannya di marketplace Tik Tok Shop.....	55
4.1.5	Sistem <i>Affiliate</i> yang diterapkan oleh <i>marketer</i> produk <i>Sheriz</i> pada penjualannya di Marketplace Tik Tok Shop.....	59

4.2	Sistem <i>Affiliate</i> dalam Marketplace Tik Tok Shop pada produk <i>Skincare Sheriz</i> ditinjau dari Etika Bisnis Islam .....	60
4.2.1	Sistem <i>Affiliate</i> pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk <i>Skincare Sheriz</i> .....	60
4.2.2	Sistem <i>Affiliate</i> pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk <i>Skincare Sheriz</i> ditinjau dari Etika Bisnis Islam .....	69
BAB V	.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	81
5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	.....	84
LAMPIRAN	.....	88
BIODATA	.....	93



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 Kajian Literatur.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 2 Komisi <i>affiliate marketer</i> .....</b>	<b>57</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 BPOM Sheriz.....	52
Gambar 2 Vidio promosi pada akun @lyraanailii .....	69



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR DIAGRAM

<b>Diagram 1 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>44</b>
<b>Diagram 2 Alur tata cara menajdi <i>affiliate marketer</i> Sheriz secara umum ..</b>	<b>62</b>
<b>Diagram 3 Alur tata cara menjadi <i>affiliate marketer</i> pilihan dari Sheriz .....</b>	<b>63</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara .....	88
Lampiran 2 Cuplikan Gambar wawancara kepada Saudari Shelma Ayu Desearsa selaku pemilik Brand Sheriz .....	91
Lampiran 3 Cuplikan Gambar Wawancara dengan Saudari Rizma Maliyyatuz selaku pemilik Brand Sheriz dan juga rekan bisnis Saudari Shelma Ayu Desearsa	91
Lampiran 4 cuplikan gambar wawancara kepada Saudari Lyra selaku <i>affiliate marketer</i> Brand Sheriz pemilik akun <i>affiliate</i> Tik Tok Shop @Lyranyliiii .....	91
Lampiran 5 cuplikan gambar wawancara kepada Saudari Naila selaku <i>affiliate marketer</i> Brand Sheriz pemilik akun @laalaaa912 melalui Google Meet .....	92
Lampiran 6 produk Sheriz yang dipasarkan dengan sistem <i>affiliate</i> Tik Tok Shop	92



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Beberapa tahun terakhir internet sangatlah populer. Semakin populernya internet, fungsi dari internet pun semakin beragam. Sebelumnya internet hanya dapat digunakan untuk mengirim email, berbeda dengan era globalisasi sekarang yang dimana kita dapat bersosialisasi melalui internet hingga dapat kita jadikan sarana untuk berbelanja dan menghasilkan uang (Karl, 2013).

Kehadiran internet saat ini menawarkan alternatif untuk berbisnis dengan prospek yang sangat besar. Penghasilan yang ditawarkan dengan menggunakan Internet melalui bisnis online sangat menarik dan membutuhkan sedikit atau tanpa modal (Sidabalok, 2016).

Media sosial merupakan platform yang dimana sering digunakan oleh masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas. Media sosial sendiri saat ini sudah menjadi kebutuhan manusia, tidak hanya menjadi sarana informasi tetapi juga dipergunakan untuk hiburan bahkan dapat digunakan sebagai media promosi. Memasarkan produk menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan minat beli pada konsumen terhadap suatu produk. Maka dari itu media sosial dapat dimanfaatkan meningkatkan penjualan (Dwiyanti & Fitri, 2021).

Media sosial yang paling populer pada saat ini sebagai sarana untuk memasarkan produk adalah platform aplikasi Tik Tok. Pada tahun 2020 aplikasi Tik Tok berkembang sangat cepat dan menjadi tren baru di Indonesia dan juga negara-negara lainnya.

Diambil dari Sensor Tower data daftar aplikasi di *App Store* dan *Play Store* tercatat bahwa aplikasi Tik Tok menjadi aplikasi terbanyak yang diunduh di bulan April 2021 dengan mengalahkan Facebook dan juga Whatsapp. Tak hanya itu aplikasi seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp berhasil dikalahkan oleh Tik Tok dari daftar aplikasi yang paling banyak diunduh.

Di masa sekarang ini aplikasi Tik Tok memiliki peran yang sangat penting bagi pemasaran, karena dapat dijadikan media promosi untuk memasarkan sebuah produk. Aplikasi Tik Tok merupakan platform yang menyediakan fitur pembuatan video dengan diiringi musik dan juga memiliki banyaknya filter untuk mempercantik kualitas video. Dengan melihat perkembangan dari aplikasi Tik Tok secara tidak langsung dapat membuat peluang untuk membantu meningkatkan penjualan dalam suatu produk melalui aplikasi Tik Tok ini (M. N. Sari dkk., 2022).

Baru-baru ini aplikasi Tik Tok mengeluarkan fitur terbarunya, yaitu Tik Tok Shop. Tik Tok Shop sendiri hampir sama dengan *e-commerce* lainnya. Tetapi untuk saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya fitur Tik Tok Shop. Namun untuk kalangan remaja dan

dewasa sudah banyak yang mengetahui dan ikut serta dalam penjualan produk di fitur Tik Tok Shop ini (Desfitriana, 2022).

Keuntungan memasarkan produk melalui aplikasi Tik Tok Shop ini selain dapat mempromosikan melalui konten video yang sangat mudah untuk di edit ada juga keuntungan lainnya, yaitu baru baru ini Aplikasi Tik Tok Shop mengadakan Sistem *Affiliate* pada aplikasi tersebut. Sistem *Affiliate* ini sangat mempermudah bagi masyarakat yang ingin berjualan tetapi tidak perlu mengeluarkan modal sama sekali. Penjual hanya perlu membuat konten video yang berisi barang yang akan diafiliasikan kemudian menyantumkan *link* barang yang diafiliasikan. Disini jika ada pembeli yang membeli melalui *link* tersebut maka penjual yang membuat konten tersebut akan mendapatkan komisi dari perusahaan produk yang diafiliasikan tadi (Ratu & Tulung, 2022).

Dari keuntungan pada sistem tersebut banyak sekali perusahaan yang mendaftarkan produknya untuk bisa dijual dan diafiliasikan pada aplikasi Tik Tok Shop. Tak hanya itu, banyak para remaja dan orang dewasa yang memanfaatkan adanya sistem ini. Mulai dari berbelanja di *marketplace* Tik Tok Shop, hingga berjualan dengan Sistem *Affiliate* pada *marketplace* Tik Tok Shop ini.

Sistem jual beli ini mendapat banyak tanggapan masyarakat, termasuk yang setuju dan tidak setuju. Ada beberapa alasan mengapa hukum penjualan Islam mengizinkan atau tidak pada transaksi tersebut. Barang yang diperdagangkan pasti ada kepemilikan penuh, artinya ketika

orang ingin bertindak maka harus memiliki obyek, terutama dalam Islam salah satunya syarat jual beli. Kepemilikan yang sempurna merupakan hak milik terhadap suatu benda dan manfaatnya bersama. Dengan demikian semua hak diakui oleh *Syara'* pun tetap berada pada tangan pemilik. (Muslich, 2022).

Para pelaku jual beli pada marketplace Tik Tok Shop sendiri rata-rata adalah wanita, yang dimana kebutuhan seperti kebutuhan primer dan sekunder dapat ditemukan di *marketplace* Tik Tok Shop dengan mudah. Tak hanya itu, kebutuhan wanita seperti kosmetik dan *skincare* pun sangat marak diperjual belikan pada *marketplace* Tik Tok Shop, dengan banyaknya potongan harga menjadikan para pembeli kosmetik lebih memilih berbelanja di Tik Tok Shop. Baru-baru ini *skincare* yang sedang marak dan banyak diminati oleh kalangan remaja hingga dewasa adalah *skincare* Sheriz.

Sheriz sendiri merupakan produk kosmetik lokal yang berasal dari Gresik dan berdiri pada akhir tahun 2020. Pemilik dari lokal Sheriz adalah Shelma Ayu Desearsa dan Rizma Maliyyatuz. Produk perawatan kulit ini memiliki berbagai macam jenis produk, mulai dari *body lotion*, *body scrub*, *body booster* dan *body peeling*. ini diminati banyak kalangan karena selain kualitasnya yang bagus, ini juga menjual produknya dengan harga yang sangat terjangkau. Tak hanya itu produk dari *Skincare* Sheriz ini juga mendapatkan sertifikasi dari BPOM sehingga dapat dikatakan bahan dari produk tersebut aman. Antusias para masyarakat untuk

menggunakan produk ini sangat membantu dalam meningkatkan penjualan produk, dan banyaknya masyarakat yang ikut serta mereview dalam bentuk video yang kemudian di unggah di aplikasi Tik Tok pun dapat menarik minat beli masyarakat terhadap produk *Skincare* Sheriz.

*skincare* Sheriz juga mencantumkan penjualan produk perawatan tubuh pada *marketplace* Tik Tok Shop. Tak hanya itu, Brand Sheriz juga menggunakan sistem *affiliate* untuk penjualan produknya, agar masyarakat yang ingin berjualan produk *Skincare* Sheriz kini dapat dengan mudah menjualkan produknya tanpa mengeluarkan modal sama sekali. Dibantu dengan membuat konten berupa video yang kemudian diunggah dan menyantumkan link penjualan pada *marketplace* Tik Tok Shop para *seller* dapat mendapat keuntungan penjualan dengan mudah.

Brand Sheriz akhir akhir ini menjadi sangat banyak digemari oleh kaum Wanita, hal ini ditandai dengan total penjualan produk melalui sistem *affiliate* Tik Tok Shop mencapai 14.000 lebih produk terjual bukan hanya karena manfaat produknya yang bagus tetapi Brand Sheriz juga dikenal sebagai Brand *skincare* yang bertanggung jawab atas produknya. Pada awal tahun lalu 2022 Brand Sheriz melakukan *repacaging* pada produk *skincarena* sebab mendapat banyak komplain bahwa produk *skincare* Sheriz mengalami kerusakan ketika sudah ditangan konsumen. Meskipun penjualan Brand Sheriz dilakukan secara online melalui sistem *affiliate* Tik Tok Shop Brand Sheriz segera bertanggung jawab untuk melakukan *repackaging* ulang kemasan dan mengganti produk konsumen

yang mengalami kerusakan. Hal ini membuat semakin banyaknya masyarakat yang tertarik terhadap Brand Sheriz karena walaupun penjualan produknya menggunakan Sistem *Affiliate* Tik Tok Shop tetap bertanggung jawab.

Namun bagaimana sikap *affiliate marketer* jika ada komplain dari konsumen mengenai produk Sheriz yang dipromosikan oleh *affiliate marketer* mengalami kendala? Apakah dalam hal memasarkan produk Sheriz *affiliate marketer* ikut serta bertanggung jawab atas komplain konsumen tersebut? Sebab *affiliate marketer* juga merupakan pihak yang terlibat dalam jual beli melalui sistem *affiliate* pada *marketplace* Tik Tok Shop.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas mengenai Etika Bisnis Islam yang meninjau penjualan produk kosmetik dengan sistem *affiliate* pada sebuah penelitian berupa skripsi yang berjudul “**Sistem *Affiliate* dalam Marketplace Tik Tok Shop pada produk *Skincare* Sheriz Ditinjau dari Etika Bisnis Islam**”

## 1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Banyaknya minat masyarakat untuk membeli produk *skincare* Sheriz melalui *affiliate marketer* dan mengalami kendala pada pemesanan produknya.
- 2) Bentuk tanggung jawab yang dilakukan *affiliate marketer* jika terdapat komplain dari konsumen mengenai produk Sheriz.

- 3) Usaha Brand Sheriz untuk melakukan penjualan produknya sesuai dengan etika bisnis Islam agar tidak ada kerugian bagi konsumen dan *affiliate marketer*.
- 4) Upaya *affiliate marketer* Brand Sheriz untuk melakukan promosi sesuai dengan etika bisnis Islam agar tidak ada kerugian untuk konsumen.

### 1.3 Batasan Masalah

Mengingat akan keterbatasan kemampuan peneliti dan menghindari maksud serta menjaga aspek efektif dan efisien dalam penelitian, maka untuk itu peneliti membatasi masalah tersebut pada:

- 1) Obyek penelitian

Obyek penelitian sebatas pada Brand *Skincare* Sheriz dan *marketer* sistem *affiliate* Brand Sheriz.

- 2) Subyek penelitian

Subyek penelitian terbatas mengenai sistem *affiliate* pada penjualan produk *Skincare* Sheriz dalam *marketplace* Tik Tok Shop ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

### 1.4 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk *Skincare* Sheriz?
- 2) Bagaimana sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk *Skincare* Sheriz yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

### 1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis sistem *affiliate* pada penjualan produk *Skincare* Sheriz pada *marketplace* Tik Tok Shop.
- 2) Untuk menganalisis sistem *affiliate* pada penjualan produk *Skincare* Sheriz pada *marketplace* Tik Tok Shop yang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

### 1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Brand *Skincare* Sheriz dan *Marketer*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan saran kepada Brand *Skincare* Sheriz beserta *marketer* Brand *Skincare* Sheriz untuk mengetahui bagaimana penerapan yang dilakukan Brand *Skincare* Sheriz pada sistem *affiliate* penjualan *skincare* dalam *marketplace* Tik Tok Shop yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah khususnya bagi penulis untuk menabuh pemahaman tentang penjualan pada sistem *affiliate* pada *marketplace* yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan referensi, pendukung, dan pengembangan dari penelitian berikutnya, khususnya pada peneliti yang membahas tentang sistem *affiliate* yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1 Pengertian Sistem *Affiliate*

*Affiliate* atau afiliasi adalah kata yang berasal dari Inggris memiliki makna bergabung, ikatan atau dapat diartikan sebagai suatu ikatan kerja atau bisnis. Sistem sendiri adalah kata yang memiliki arti yaitu suatu kesatuan, baik obyek nyata maupun abstrak yang terdiri dari berbagai komponen atau unsur yang saling berkaitan, secara keseluruhan bersatu dalam satu kesatuan untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif. Sistem *affiliate* memiliki makna sistem ikatan kerja untuk sebuah bisnis. Adapun arti untuk *affiliate marketing* yaitu pemasaran afiliasi yang dimana memiliki arti kita memasarkan produk orang lain menggunakan sistem *affiliate* dengan cara jika kita berhasil memasarkan produk orang lain tadi kita akan mendapatkan komisi dari pemilik barang. Pemasaran dari afiliasi merupakan sebuah bisnis kerjasama antara *merchant / vendor* (Brand / pemilik produk) dengan *marketer* (yang memasarkan produk) (Muhamim, 2017).

Banyak sekali situs penyedia pemasaran dengan sistem *affiliate* atau afiliasi, mulai dari situs berita hingga situs belanja online seperti *marketplace*. Beberapa situs rujukan populer terbuka bagi pengguna internet untuk berkolaborasi dalam pemasaran afiliasi. Seperti, Tik

Tok Shop, Shopee, Lazada, AkuLaku, Zalora, dan masih banyak lagi. Situs penyedia sistem *affiliate* biasanya memiliki opsi kolaborasi di halaman utama situs web (Helianthusonfri, 2016),

### 2.1.2 Jenis jenis Bisnis *Affiliate*

#### 1) *Pay Per Sale*

*Pay Per Sale* (PPS) adalah salah satu jenisnya sistem afiliasi menyisihkan sebagian dari keuntungan yang diterima oleh afiliasi pedagang yang telah berhasil menghasilkan penjualan. Ketika orang yang direferensikan melakukan pembelian maka *marketer* mendapatkan pembayaran. Keuntungan yang didapatkan sangat bervariasi dengan macam macam beberapa persen (Rahman, 2014).

#### 2) *Pay Per Click* (PPC)

Selanjutnya adalah metode PPC yaitu sistem afiliasi ini membayar setiap kali pengunjung mengklik spanduk yang ditampilkan di situs web mitra. Di antara banayak program yang memiliki sistem afiliasi menggunakan metode PPC ini yang terkenal PPC didukung oleh Google yang paling terkenal adalah *Google Adsense*.

#### 3) *Cost Per Action* (CPA) atau *Per Pay Action* atau *Pay Per Lead*

CPA adalah metode sistem *affiliate* yang dimana membayarnya setiap kali terjadi sebuah aksi. Misalnya, di perusahaan keuangan, klien potensial biasanya menghubungi

perusahaan beberapa kali sebelum menutup transaksi. *Affiliate marketer* mengarahkan prospek (calon pembeli) untuk melakukan tindakan tertentu, seperti : mengisi nomor telepon dan selanjutnya perusahaan akan menghubungi atau menggunakan informasi yang diberikan (Rahman, 2014).

#### 4) Perbandingan Belanja

Ada beberapa portal belanja dan situs belanja di internet. Kebanyakan dari menunjukkan perbandingan harga untuk produk penjualan. Portal belanja mendukung banyak layanan perbandingan harga yang dapat digunakan banyak pengguna untuk membandingkan profitabilitas produk dan layanan pesaing sebelum benar-benar melakukan pembelian (Rahman, 2014).

### 2.1.3 Etika Bisnis Islam

Etika sendiri berasal dari kata Yunani *etos*, yang berbentuk tunggal dan memiliki adat, kebiasaan, watak, akhlak, cara berfikir dan sikap. Pada bentuk jamak *aetha* yang artinya adab kebiasaan. Dalam Bahasa arab Etika berarti *al-khuluq*, *khuluk* berasal dari kata *khaluqa-khuluqu*, yang memiliki makna tabiat, budi pekerti, kebiasaan, kesatria, keprawiraan (Faisal, 2015).

Etika juga bisa didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah ilmu bersifat normative karena berperan dalam menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan perorangan (Fauroni, 2008)

Kemudian etika bisnis juga dapat didefinisikan sebagai nilai tentang baik, buruk benar dan salah dalam perbisnisan berdasarkan prinsip-prinsip moralitas.

Islam merupakan agama *rahmatan li a-'alamin* yang dimana berisifat universal juga komprehensif, jika dikontekskan pada taraf tersebut maka tidak akan pernah dapat membedakan antara taraf yang satu dengan yang lain. Untuk menjaga kemaslahatan seluruh kalangan, agama Islam mengajarkan sesama manusia agar tetap menjunjung tinggi pada nilai etika dalam segala macam aktivitas kehidupan. Jika dikaitkan dengan bisnis, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan norma etika yang berbasis Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan pedoman siapapun pada aktivitas bisnis (Aprianto dkk., 2020).

#### **2.1.4 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam**

Setiap orang membutuhkan asset untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya karena manusia selalu berusaha untuk mendapatkan aset tersebut salah satunya adalah pekerjaan dan bagian dari pekerjaan adalah bisnis. Dalam mencari nafkah melalui kerja, islam sangat memperhatikan aspek halal dan kebaikan (halal thoyyibah) baik dalam peroleh maupun konsumsi (Fauroni, 2008).

Etika bisnis Islam menggunakan dua sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah kedua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada, oleh karena itu etika bisnis Islam adalah

tentang standar dan pedoman/petunjuk yang berlaku dan diterapkan pada sistem kehidupan individu. Masyarakat melakukan perdagangan atau bisnis selalu mengikuti aturan Islam yang disebutkan dalam sumbernya. Pandangan Al-Qur'an mengenai Etika Bisnis Islam terdapat pada ayat Al-Qur'an surat At-Tubah ayat 111 sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۗ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta dengan surga yang Allah peruntukkan bagi mereka. Berperang di jalan Allah sehingga membunuh atau terbunuh. (Demikian ini adalah) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Siapakah yang lebih menepati janjinya daripada Allah? Maka, bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu. Demikian itulah kemenangan yang agung*”.

Pada bisnis didalam Islam, terdapat pedoman berupa norma dan juga etika guna menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar benar konsisten dan memiliki rasa *responsibility* yang tinggi. Maka adanya norma/etika spiritual yang tinggi iman dan akhlak mulia tidak akan habis dan tidak pernah sirna (Fauroni, 2008).

### 2.1.5 Konsep Etika Islam

Pada ajaran Etika dalam Islam berprinsip bahwa manusia dibuat agar berbuat baik pada diri sendiri. Serta kepada manusia dan lingkungan alam disekitarnya, dan kepada Tuhan selaku pencipta. Untuk dapat berbuat baik kepada semua, sebagai manusia diberi kebebasan, dan memperhatikan keesaan tuhan (*Tauhid*), prinsip keseimbangan (*balance*), kehendak bebas (*free will*), serta tanggung jawab (*responsibility*) dan kebajikan (*ihsan*). Pada lima konsep tersebut disebut dengan aksioma yang terdiri dari prinsip umum yang sudah terhimpun menjadi kesatuan yang terdiri oleh konsep keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*balance*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebijakan (*ihsan*) (Djakfar, 2007).

Menurut Muhammad Djakfar Himpunan aksioma mengandung prinsip-prinsip dasar etika Islam, yang tujuannya adalah untuk menciptakan tatanan sosial ekonomi yang bersatu, seimbang dan realistis. Sudut pandang ini diringkas dengan tepat dalam lima aksioma sebagai berikut :

a. Keesaan (Tauhid)

Seperti yang dicerminkan pada konsep Tauhid, yang dimana keesaan merupakan dimensi *vertical* islam. Konsep keesaan sendiri yaitu menggabungkan ke dalam sifat homogen pada semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan muslim.

Seperti ekonomi, politik, masyarakat dan agama, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Keesaan juga memiliki pengaruh yang mendalam kepada diri setiap muslim (Dr Ismi Darmastuti, S. E. dkk., 2022).

Setiap perbuatan dan tingkah laku manusia tidak akan pernah lepas dari ketentuan Allah SWT, sesuai dengan firman Allah SWT pada Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 4 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى  
 الْعَرْشِ يَعْلَمُ مَا يَلِجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ  
 السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya :”dia Bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah maha melihat apa yang kamu kerjakan”.

Berdasarkan pendapat tersebut, prinsip ini dapat dikatakan bahwa kegiatan bisnis tidak boleh terlepas dari unsur-unsur ketauhidan. Sebab dengan mengingat Allah, manusia tidak akan berbuat kecurangan dalam kegiatan berbisnis.

b. Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan atau keadilan merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan pada semesta. Tantangan dan juga hukum yang kita lihat pada semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Hal ini disebut dengan *sunnatulloh* (Saifullah, 2011).

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam melakukan sebuah tindakan bisnis harus diiringi dengan keadilan bagi orang lain dan lingkungan, tidak hanya memikirkan mengenai keuntungan sedangkan ada pihak yang dirugikan dari hal tersebut (Beekun, 1997).

c. Kehendak bebas (*free will*)

Manusia memiliki kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, akan tetapi dengan mengabaikan kenyataan bahwa ia dituntut oleh hukum yang dibentuk Allah SWT, ia diberikan kemampuan berfikir dan membuat keputusan memilih jalan hidupnya yang diinginkan, dan juga untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih (Saifullah, 2011).

Bagian terpenting yang ada dalam nilai etika bisnis Islam yaitu kebebasan, namun kepentingan kolektif tidak merasa dirugan atas kerugian tersebut. Tidak ada batasan pada kepentingan individu mengenai suatu batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya serta bekerja dengan segala potensi yang ada. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya

melalui zakat, infak dan sedekah (I. D. O. Sari & Rahmawati, 2022).

d. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Kebebasan yang tanpa batas merupakan hal yang mustahil dilakukan oleh manusia sebab tidak menuntut adanya pertanggung jawaban. Dengan memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Prinsip tersebut berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Dimana menetapkan batasan berupa apa yang dilakukan dan juga bertanggung jawab atas semua yang dilakukan (Beekun, 1997).

Ada pertanggung jawaban itu adalah kepada pihak yang bersangkutan, yaitu :

1. Kepada dirinya sendiri, atau dapat dikatakan etika kepada nuraninya sendiri saat menuntut pertanggung jawaban atas segala yang telah dilakukan.
2. Kemudian kepada pihak yang terlibat olehnya dalam urusan bisnis.
3. Lalu pada pihak ketiga, yang merupakan masyarakat yang terlibat dengan secara tidak langsung terkena akibat dari keputusan serta tindakan bisnis (Dwi Vita Lestari, 2021).

e. Kebajikan (ihsan)

Kebajikan atau kebaikan kepada orang lain diartikan sebagai Tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun (Beekun, 1997).

Dalam etika bisnis Islam Terdapat sejumlah perbuatan yang dapat menunjang para pembisnis muslim yaitu kemurahan hati, motif pelayanan yang baik, dan kesadaran akan adanya Allah swt dan aturan yang menjadi prioritas. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan dalam berbisnis. Dari sikap kebenaran, kebijakan dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tanpa adanya kegiatan dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian kebajikan dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan secara transparan. Al-Quran menegaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan yang mengandung kebatilan, kerusakan, dan kedzaliman (Wigati, 2021).

### **2.1.6 Prinsip Etika Bisnis Islam**

Ada beberapa persyaratan untuk mendapatkan keberkahan atas nilai seorang pelaku bisnis, yang dimana harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang sudah digariskan dalam islam antara lain (Djakfar, 2007):

a. Jujur dalam Takaran

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan. Kejujuran ini tidak hanya merupakan kunci sukses pelaku bisnis menurut Islam. Melainkan Etika Bisnis modern pun sangat menekankan prinsip kejujuran ini. Etika Bisnis membangun kepercayaan adalah konsep dasar dari bisnis modern.

Dalam hal berbisnis untuk membangun kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur serta adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus dilakukan antara lain pada praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara penjual maupun pembeli. Dengan begitu kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya. Hal ini dapat dikaitkan pada substansi firman Allah SWT, Yaitu pada ayat Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 152 sebagai berikut :

فَلْيَتَعَالُوا آتِلُ مَا حَرَّمَ رَبِّي عَلَيْكُمْ أَلَّا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَوْلَادَكُمْ مِمَّنْ إِمْلَاقٍ نَحْنُ نُرْزِقُكُمْ وَإِيَّاهُمْ وَلَا تَقْرَبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ  
 وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكَمُ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ

Artinya : “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Kemarilah! Aku akan membacakan apa yang diharamkan Tuhan kepadamu, (yaitu) janganlah mempersekutukan-Nya dengan apa pun, berbuat baiklah kepada kedua orang tua, dan janganlah membunuh anak-anakmu karena kemiskinan. (Tuhanmu berfirman,) ‘Kamilah yang memberi rezeki kepadamu dan kepada saudaramu.’ Janganlah pula kamu mendekati perbuatan keji, baik yang terlihat maupun yang tersembunyi. Janganlah kamu membunuh orang yang diharamkan Allah, kecuali dengan

*alasan yang benar. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengerti. Yaitu yang dibenarkan oleh syariat, seperti kisas, hukuman mati bagi orang murtad, dan rajam”.*

Yang dimaksud yaitu adalah agar seluruh manusia memenuhi dan menaati segala ajaran - ajarannya. Seperti dalam urusan berbisnis, penjual dilarang berbuat tidak adil dan tidak jujur kepada orang lain. Karena itu jika melanggar aturan yang dibuat tersebut Allah mengancam dengan siksa neraka yang dikemudian hari telah tersurat pada firman Allah SWT sebelumnya (Djakfar, 2007).

b. Menjual Barang yang Baik Mutunya

Salah satu hal yang membuat tidak sah pada suatu perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang dimana mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah seperti tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar pada masyarakat baik berupa hukum maupun adat atau etika (Djakfar, 2007).

Mengedepankan keuntungan dengan menyembunyikan mutu, merupakan sikap tidak adil. Sebab hal tersebut telah mengadakan penindasan terhadap pembeli. Perbuatan tersebut merupakan aspek *negative* bagi keadilan yang sangat bertentangan dengan ajaran Islam. Penindasan merupakan salah

satu kedzaliman. Sikap perbuatan seperti ini yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan dan menipu orang lain yang didalamnya terjadi eksploitasi hak yang tidak dibenarkan pada ajaran Islam (Djakfar, 2007).

c. Dilarang Menggunakan Sumpah

Tidak sedikit di kehidupan sehari-hari terutama dikalangan pedagang kelas bawah yang biasa dikenal dengan “obral sumpah”. Hal ini membuat masyarakat untuk terlalu mudah menggunakan sumpah dengan tujuan agar pembeli yakin dengan barang dagangannya yang benar-benar berkualitas dengan harapan agar membelinya. Dalam jual beli itu sendiri sumpah secara mutlak hukumnya adalah makruh. Baik pelakunya seorang pendusta maupun orang yang jujur. Jika pelaku sumpah tersebut seorang yang sedang berdusta maka sumpahnya menjadi makruh yang kearah haram, dosanya pun lebih besar dan adzabnya sangat pedih, itu yang disebut dengan sumpah dusta. Sumpah jika dijadikan sebagai sarana untuk melariskan dagangan akan berdampak menghilangkan berkah dan keuntungan pada jual beli. Namun jika sumpah dalam jual beli tersebut dilakukan dengan kejujuran, maka sumpahnya tetap makruh. Tetapi makruh yang dimaksud yaitu pengertian tanzih, sebab hal itu dilakukan sebagai upaya melariskan dagangan serta upaya mencari daya tarik pembeli (Lesmana dkk., 2020).

d. Longgar dan Bermurah Hati

Pada transaksi selalu terjadi kontrak antara pembeli dan penjual. Penjual diharapkan agar bersikap ramah serta bermurah hati kepada pembeli. Dengan melakukan hal tersebut, penjual akan mendapat berkah dalam penjualannya. Salah satu caranya dengan menggunakan *servicee* pelayanan kepada pembeli secara langsung (Djakfar, 2007).

e. Membangun Hubungan Baik (*Interrelation Ships*) antar Kolega

Islam menekankan hubungan yang konstruktif dengan semua orang, termasuk pengusaha. Islam sendiri tidak menginginkan salah satu pelaku mendominasi pelaku lainnya, baik secara formal maupun informal, seperti monopoli, ologopoli atau bentuk lainnya yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapat. Hubungan pribadi dianggap sangat penting dalam mengembangkan perasaan serta hubungan dan bersama sama harus memastikan bahwa hubungan bisnis tidak berakhir segera setelah masalah bisnis berakhir. Dengan menjaga hubungan baik akan mempererat tali silaturrahi. Silaturrahi sendiri menurut ajaran Islam akan diraih hikmah yang dijanjikan yakni akan diluaskan rezeki serta dipanjangkan umurnya bagi siapa saja yang melakukannya (Djakfar, 2007).

f. Tertib Administrasi

Pada kegiatan jual beli wajar terjadi praktik hutang piutang atau pinjam meminjam. Al-Qur'an mengajarkan adanya administrasi hutang piutang agar manusia terhindar dari kesalahan yang akan dapat terjadi. Maka dari itu pelaku bisnis harus bersikap jujur agar terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang dapat terjadi (Djakfar, 2007).

g. Menetapkan Harga dengan Transparan

Harga yang tidak transparan dapat mengandung unsur penipuan. Oleh karena itu, penetapan harga dengan terbuka dan wajar akan dihormati dalam Islam untuk tidak terjerumus ke dalam riba. Pada dunia bisnis sendiri kita ingin memperoleh keuntungan, tetapi hak pembeli juga harus dihormati. Dengan maksud, penjual harus bersikap toleran pada kepentingan pembeli, terlepas bagaimana ia sebagai konsumen tetap atau isidentil (Nasir, 2020).

Dalam implementasi Etika Bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pembisnis. Sesuai pada norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang memiliki watak kreatif dan berkeinginan guna berkembang sebagai makhluk sosial maka prinsip ini dapat dirinci dengan kategori sebagai berikut (Nasir, 2020) :

a. Prinsip Otonomi

Berbagai pilihan tersedia bagi pengusaha yang melakukan bisnis sesuai dengan paradigma yang dominan dalam masyarakat untuk menggunakan sumber daya atau infrastruktur yang tersedia digunakan untuk mencapai tujuan yang dicapai pengusaha. Keputusan para pelaku ekonomi dalam penggunaan sumber daya tersebut bebas pilih, tentunya para pengambil keputusan disini memiliki kekuatan tertentu, yaitu bebas secara mandiri satu sama lain. Tentu saja, keputusan *independent* ini terkait dengan kebebasan orang lain, yang dapat dilihat secara langsung atau tidak langsung. Pilihan yang diambil, betapapun bebasnya pilihan itu harus dipertanggung jawabkan oleh pelaku ekonomi, khususnya pemangku kepentingan yang mengacu pada siapa yang bertanggung jawab atas pelaku atau pembuat keputusan mana yang harus diserahkan. Secara umum pertanggung jawaban harus diberikan kepada masing masing pelaku bisnis, pihak yang bersangkutan secara *partnership*, masyarakat luas dan tuhan sebagai pencipta semesta (Nasir, 2020).

b. Kejujuran

Prinsip pada etika atas sikap kejujuran harus dimiliki setiap pelaku bisnis, sebab hal tersebut merupakan unsur terpenting dalam berbisnis. Bahkan prinsip tersebut merupakan modal utama pelaku bisnis jika menginginkan mendapat kepercayaan

dari masyarakat. Seperti, perjanjian kontrak kerja, penawaran jasa atau barang, hubungan kerjasama pada *stakeholders*, dan jujur terhadap seluruh mitra kerja (Saifullah, 2011).

c. Niat Baik dan Tidak Berniat Jahat

Jika mendirikan bisnis atau usaha harus diniatkan guna memiliki tujuan yang baik dan tidak tersembunyi niatan yang tidak baik atau bahkan jahat terhadap semua pihak sangat tidak dianjurkan. Niatan dari tujuan terlihat pada bagaimana transparannya visi, misi dan tujuan yang akan dicapai. Dari visi, misi dan tujuan yang telah dirumuskan akan dapat menjadi bahan ukur bagi masyarakat untuk menilai niatan yang dipaparkan didalamnya dilaksanakan atau tidaknya (Saifullah, 2011).

d. Adil

Prinsip adil merupakan prinsip yang sentral pada kegiatan berbisnis. Segala aspek yang ada didalam berbisnis akan bermuara pada tuntutan untuk bersikap serta berperilaku adil kepada seluruh pihak yang terlibat didalam bisnis. Jangan sampai perilaku dan sikap yang dilakukan dalam berbisnis mengandung ketidakadilan. Sebab ketidakadilan dapat menjadi sumber kegagalan yang akan dialami perusahaan atau pembisnis (Saifullah, 2011).

e. Hormat pada Diri Sendiri

Hormat pada diri sendiri merupakan cerminan penghargaan yang positif bagi diri sendiri. Sebuah upaya dalam berperilaku bagaimana penghargaan terhadap diri sendiri itu diperbolehkan. Hal tersebut dapat dimulai dengan memberikan penghargaan diri kita terhadap orang lain. Jadi sebelum kita menghargai diri sendiri ada baiknya kita terlebih dahulu untuk menghargai orang lain (Faisal, 2015).

Berdasarkan penjelasan yang sudah ditulis, peneliti mengambil konsep etika bisnis menurut Muhammad Djakfar yang digunakan dalam penelitian ini. Sebab dianggap sudah mencakup etika bisnis Islam pada umumnya, yaitu kejujuran, menjual barang yang baik mutunya, tidak bersumpah, longgar serta bermurah hati, membangun hubungan yang baik, tertib administrasi, dan menetapkan harga secara transparan (Faisal, 2015).

### 2.1.7 Kedudukan Hukum Sistem *Affiliate*

Penjualan dengan sistem *affiliate* biasanya disebut dengan *affiliate marketer*. Pemasaran afiliasi (*Affiliate Marketer*) adalah salah satu topik pemasaran Internet, Bersama dengan penjual dan pasar sebagai tempat iklan dan transaksi. Dalam internet *marketing* status *affiliate marketer* adalah sebagai perantara diantara pembeli dan penjual. Hal ini telah ada pada zaman sebelum Islam dan hukumnya diatur setelah kedatangan Islam. Fungsi utamanya sendiri yaitu

sebagai penghubung antara penjual dan pembeli agar barang atau produknya dapat laku terjual dengan cepat. Perantara akan mendapatkan imbalan dari hasil penjualan yang dia pasarkan (Mufid, 2021).

*Affiliate marketer* memiliki beberapa tugas karena cara kerjanya. Pertama, sebagai *point of contact* yang bertanggung jawab untuk menemukan dan menghubungkan pembeli dan penjual, posisi perantara disini adalah sebagai penghubung. Perantara atau calo tidak ikut campur atas penentuan harga dan transaksi sepenuhnya dilakukan oleh pembeli dan penjual. Jika barang tersebut dibeli oleh pembeli yang diperoleh oleh perantara maka, perantara atau calo mendapat komisi dari penjual sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan. Kemudian fungsi calo kedua yaitu sebagai pihak penjual, jadi calo ikut serta dalam menentukan harga. Sederhananya, penjual mempercayai sepenuhnya agen untuk menjual produk bisnisnya (Mufid, 2021).

Modus operasi *affiliate marketer* ini sudah dijelaskan di atas bahwa perbuatan seperti itu bukanlah perbuatan yang memalukan dan tercela melainkan perbuatan yang terpuji jika dilakukan dengan jujur dan tidak mengandung unsur kecurangan. Dapat dikatakan bahwa perbuatan saling tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan bila dilakukan dengan iman. Hal ini diperkuat oleh firman Allah SWT QS. Al – Maidah : 2.

“.....*dan tolong - menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong – menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran.....*” (Sudirman, 2018).

### 2.1.8 Transaksi Jual Beli Melalui Sistem *Affiliate*

Untuk menentukan pemasaran afiliasi yang diperbolehkan dalam hukum Islam, banyak aspek yang diperhitungkan, mulai dari pasar itu sendiri dan kemudian pengaturan pemasaran yang melibatkan pemasar afiliasi dan juga penjual sebagai penentu pendapatan dan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan yang disepakati bersama (Sukarto, 2013).

Menurut fatwa Komisi Fatwa Arab Saudi, *Al Lajnah Ad Daimah* berpendapat bahwa komisi yang diambil oleh *affiliate marketer* (pembeli) adalah sebagai berikut :

- 1) Jika komisi *affiliate marketer* dibebankan kepada pembeli tanpa sepengetahuan pembeli, hal itu tidak dapat diterima karena merugikan pembeli.
- 2) Namun, jika komisi *affiliate marketer* tidak dibebankan kepada pembeli atau dibebankan kepada pembeli dengan persetujuan pembeli, hal itu diperbolehkan.

Jika *affiliate marketer* adalah penjual, detailnya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika *affiliate marketer* menaikkan harga tanpa sepengetahuan dan persetujuan penjual, ini tidak diperbolehkan.

- 2) Namun, jika *affiliate marketer* menaikkan harga dengan sepengetahuan dan persetujuan penjual, ini diperbolehkan.

Cara pemasaran pada penjualan sistem *affiliate* itu sangat beragam, akan tetapi yang sering dijumpai yaitu melakukan penjualan melalui *link* khusus (*affiliate link*) yang diberikan oleh *merchant*. Ketika ada pengguna internet yang mengklik dan melakukan transaksi pada link tersebut maka *affiliate marketer* berhak mendapatkan komisi (Sukarto, 2013).

#### 2.1.9 Merchant/Vendor dalam Sistem *Affiliate*

Penjual/merchant adalah pihak yang memiliki produk yang dipasarkan melalui *affiliate marketer*. Penjual adalah pihak yang membutuhkan jasa *affiliate marketer*. Transaksi yang harus dihindari penjual/dealer (Yani, 2016):

- 1) *Gharar* atau *taghrir* (ketidakpastian) dalam kualitas, kuantitas, harga dan waktu pembayaran.
- 2) *Tadlis* (penipuan) dalam kualitas, kuantitas, harga dan waktu pembayaran.
- 3) Menaikan harga dengan cara menimbun barang.
- 4) Menjual barang hasil curian dan korupsi.
- 5) Transaksi *najasy* (iklan promosi palsu).
- 6) Mengingkari perjanjian.
- 7) Meyakini pembeli dengan banyak bersumpah
- 8) Mempermainkan harga.
- 9) Memaksa dan menekan.
- 10) Mematikan pedagang kecil.
- 11) *Monopoly's rent seeking* atau ikhtikar (mengambil keuntungan diatas normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih mahal).
- 12) Menjual barang yang hukumnya haram.
- 13) Melakukan *tiswah* (sogok).

Sebagai penjual harus memainkan peran yang sangat penting dalam memutuskan apakah mengizinkan praktik pemasaran afiliasi atau tidak. Selain itu, *vendor* juga memiliki hak dan kuasa untuk menentukan objek jual beli, menetapkan harga, juga presentasi pembagian komisi terhadap *affiliate marketer* dan memilih *affiliate marketer* untuk bekerja sama dengannya. Sebagai *affiliate marketer* juga harus mengetahui apakah *vendor* yang akan ia promosikan tersebut sudah amanah atau justru sebaliknya. Dengan mencari tahu testimoni maupun *review* dari berbagai sumber yang sebelumnya yang sudah berpengalaman bekerja sama dengan *vendor* tersebut dapat menjadi salah satu cara untuk mengetahui apakah *vendor* tersebut dapat dipercaya. *Marketer* juga harus menelaah seluruh produk yang dipasarkan oleh *vendor* untuk menentukan bahwa *vendor* tersebut tidak menjual barang yang dilarang dalam ketentuan *syariah* (Yani, 2016).

#### 2.1.10 Pembeli Dalam Sistem *Affiliate*

Sebagai orang yang mengikuti prinsip Muamalah, pembeli harus membuat pertimbangan sendiri ketika memilih barang dan dimana mendapatkan barang yang diinginkan. Sebagai ukuran kebolehan suatu transaksi, tidak terlepas prinsip Fiqh Muamalah (Al-Qaradhawi, 2013):

- 1) *Al – Ashl fi al – mu’amalat al – ibadah* (hukum dasar *mumalat* dan *mubah*).

- 2) *Al – Ibrah bi al – maqashid wa al – musammayyat la bi al – alfazh wa at – tasamiyat* (patokan yang jadi pegangan adalah maksud dan substansi ataupun penamaannya).
- 3) *Tahrim akl al – amwal an – nas bi al – bathil* (haram memakai harta orang lain secara tidak benar).
- 4) *La dharara wa la dhirar* (tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain).
- 5) *At – Takhfif wa at – taysir la at – tasydid wa at – ta’sir* (memperingan dan mempermudah bukan mempersulit atau memberatkan).
- 6) *Ri’ayah adh – adharurat wa al – hajat* (memperhatikan keterpaksaan dari kebutuhan).
- 7) *Mura’ah al – adat wa al – a’raf fi ma la yukhalif asy – syara’* (memperhatikan tradisi dan kebiasaan masyarakat yang tidak menyalahi syariat).

Jadi apa hukum bagi pembeli yang melakukan pembelian melalui tautan afiliasi yang mengarahkan ke pengecer atau pengecer online tertentu? Tentu saja hal ini diperbolehkan dalam syariat Islam, karena jika kita lihat prektek penjualan melalui sistem afiliasi tidak ada ruginya bagi pembeli. Mulai dari segi harga yang tidak dimanipulasi oleh *marketer* karena hal tersebut merupakan hak *vendor* selaku penjual. Harga yang di tampilkan di web merupakan harga yang sebenarnya (Al-Qaradhawi, 2013).

#### 2.1.11 Objek Jual Beli Dalam Sistem Affiliate

Pemasar dan penjual tahu persis produk apa yang dijual. Menurut ulama *Hanafiyah*, empat syarat yang harus dipenuhi untuk *Ma’qud Alaih* :

- 1) *Ma’Qud Alaih* harus ada, bukan untuk produk yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada.
- 2) Harta harus kuat, tetap dan bernilai.

- 3) Benda tersebut milik sendiri.
- 4) Dapat diserahkan.

Mengenai beberapa syarat atau *Ma'Qud Alaih* dari barang yang dibeli, menurut ulama *Hanafiyah*:

- 1) Bersih barangnya, barang yang diperjual belikan tidak mengandung najis.
- 2) Dapat dimanfaatkan, barang yang pemanfaatannya tidak bertentangan dengan norma agama.
- 3) Milik orang yang melakukan akad.
- 4) Barang yang dijadikan objek jual beli mampu diserahkan.
- 5) Barang diketahui. Pembeli dapat melihat bentuk barang, jumlah barang, takaran barang yang akan dibeli.
- 6) Barang yang diakadkan berada ditangan. Barang harus dipenguasaan penjual (Wajdi & Lubis, 2021).

#### **2.1.12 Akad Dalam Islam**

Pengertian akad menurut Bahasa memiliki arti “ikatan”. Menurut istilah akad adalah keterikatan keinginan diri dengan sesuatu yang lain dengan cara yang memunculkan adanya komitmen tertentu disyariatkan (Dafira Nugroho, S.H., M.H, 2022).

Adapun rukun akad yang harus dipenuhi dalam akad antara lain:

- 1) Dua pihak atau lebih yang melakukan akad.

- 2) Objek transaksi harus suci, dapat digunakan secara syariat, objek akad harus diserahkan terimakan, objek akad merupakan kepemilikan sempurna, objek harus diketahui oleh pihak lain agar tidak terjadi kesalahpahaman.
- 3) *Lafadz* (sigat akad), cara bagaimana *ijab qabul* akad tersebut dinyatakan. Dapat dilakukan secara lisan, tulisan, isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya *ijab qabul* (Dafira Nugroho, S.H., M.H, 2022).

### 2.1.13 Syarat – Syarat Akad

- 1) Syarat umum (Wahid, 2019) :
  - a. Sudah memenuhi rukun-rukun akad seperti yang sudah disebutkan dipoin sebelumnya.
  - b. Tidak adanya unsur paksaan atau penipuan.
  - c. Akad harus bermanfaat. Objek yang diakadkan memiliki manfaat.
- 2) Syarat khusus  
 Syarat khusus yang dimaksud adalah adanya syarat tambahan, yaitu dianjurkannya saksi dalam berbagai transaksi akad.
- 3) Cacat dalam Akad  
 Hal – hal yang merusak terjadi akad :
  - a. Paksaan
  - b. Kekeliruan

- c. Penipuan atau pemalsuan
- d. Tipu muslihat

#### 2.1.14 Pengertian Ujrah

*Al – Ajr* adalah imbalan atas suatu pekerjaan atau jasa dari padanyalah kemudian menjadi bagian dari asal kata *al – ijarah*. Pada akad *ijarah* selalu disertai kata imbalan yang bermakna *ujrah*. Istilah *ujrah* sendiri merupakan bagian dari *ijarah*, juga menjadi bagian dari *ju'alah*. *Ujrah* dalam *ju'alah* sering diartikan sebagai pemberian hadiah atau upah dalam bentuk jasa pada suatu pekerjaan (Sabiq, 2007).

Untuk sahnya *ujrah* sesuatu yang dijadikan imbalan harus memenuhi syarat, yaitu :

- 1) *Ujrah* adalah sesuatu yang dianggap harta dalam pandangan islam.
- 2) Dapat dihargai dengan uang asal sesuai dengan adat kebiasaan setempat.

*Ju'alah* merupakan pemberian atas suatu jasa yang sudah diduga akan terwujud. Menurut Sayyid Sabiq *ju'alah* adalah akad untuk mendapatkan upah yang diduga kuat dapat diperoleh. Pengertian lainnya menyebutkan bahwa *ju'alah* adalah kontrak (akad) dimana salah satu pihak (*ja'il*) akan memberikan imbalan spesifik atau tidak pasti (Sabiq, 2007). *Ju'alah* memiliki empat rukun diantaranya :

- 1) Akad terdiri dari dua orang.
- 2) *Sigah* (lafal) mengandung arti izin bekerja dan tidak ditentukan waktunya.
- 3) Perbuatan yang dihasilkan harus mengandung manfaat.
- 4) Imbalan yang diberikan setelah pekerjaan tersebut dilakukan selesai.

Kemudian adanya syarat-syarat *ju'alah* :

- 1) Kalimat *lafz* menunjukkan izin pekerjaan.
- 2) Keadaan *ju'alah* ditentukan sebelum melakukan pekerjaan itu.
- 3) Orang yang terlibat *ju'alah* harus memiliki *ahliyyah*.
- 4) Upah yang diperjanjikan harus disebutkan secara jelas jumlahnya.
- 5) Manfaat yang akan dikerjakan oleh pelaku (*amil*) harus jelas dan diperbolehkan secara *syar'i*.
- 6) Mazhab Malikiyah menambahkan satu syarat, akad *ju'alah* tidak boleh dibatasi dengan jangka waktu.
- 7) Jenis pekerjaan *ju'alah* harus spesifik (Sabiq, 2007).

*Ju'alah* termasuk jenis akad *ja'iz*, yang dimana kedua belah pihak bisa membatalkannya. Jika orang yang bekerja mencari barang membatalkan, maka ia tidak mendapatkan upah. Namun sebaliknya, jika pihak yang menjanjikan yang membatalkan maka pihak yang bekerja berhak menuntut upah yang telah dilakukan (Sabiq, 2007).

## 2.2. Kajian Literatur

Agar dapat melihat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian lainnya maka penulis membuat tabel kajian literatur antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu yang telah ada. Berikut merupakan tabel kajian literatur.

**Tabel 1 Kajian Literatur**

<b>No.</b>	<b>1</b>
<b>Nama, Tahun &amp; Judul</b>	Widyawati, 2022. Analisis Hukum Islam Terhadap Bisnis <i>Affiliate Marketing</i> Pada Marketplace Shopee.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengetahui bagaimana pandangan Hukum dalam Islam terhadap bisnis <i>Affiliate Marketing</i> pada Marketplace Shopee.
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian ini dilakukan dengan <i>literature</i> kepustakaan, berupa buku, <i>website</i> , dan juga laporan dari penelitian terdahulu. Penelitian ini bersifat deskriptif <i>evaluative</i> , yang dimana pada awal membahas mengenai konsep <i>Affiliate marketing</i> pada shopee seperti, kegiatan transaksi, cara kerja, mekanisme afiliasi dan juga pembayaran. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan normative, yang dimana pendekatan dilakukan melalui nilai nilai hukum islam dan juga konsep <i>muamalat</i> dalam islam.

<p><b>Hasil Penelitian</b></p>	<p>Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa sistem yang digunakan pada Shopee yaitu adalah <i>pay per sale (PPS)</i>. Kemudian adanya akad yang digunakan pada shopee <i>Affiliate</i> antara <i>marketer</i> dan <i>merchant</i> termasuk kepada mekanisme upah (<i>ujrah</i>) dalam islam, yang termasuk akad <i>ju'alah</i>. Afiliasi pada shopee menekan pada keberhasilan pekerjaan, bukan yang lain seperti waktu dan cara. Maka dari itu, akad ini tidak bertentangan dengan prinsip <i>muamalat syariah</i>. Mekanisme kerja, produk, aplikasi dan juga pembayaran pada <i>Affiliate marketing</i> tidak bertentangan dengan hukum islam, sebab barang yang dipasarkan melalui program afiliasi tidak dipasang pada web yang mengandung unsur-unsur pornografi, judi, serta hal – hal yang bertentangan dengan hukum islam.</p>
<p><b>Perbedaan</b></p>	<p>Penelitian ini menganalisis mengenai <i>Affiliate marketing</i> pada <i>marketplace</i> Shopee.</p>
<p><b>Persamaan</b></p>	<p>Kedua penelitian ini sama-sama meneliti mengenai hukum islam dalam sistem <i>Affiliate</i> pada <i>marketplace</i>.</p>
<p><b>No.</b></p>	<p>2</p>
<p><b>Nama, Tahun &amp; Judul</b></p>	<p>Adnan Rafiqih, 2022. Sistem <i>Affiliate</i> Dalam <i>Marketplace</i> Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia.</p>

<p><b>Tujuan Penelitian</b></p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana pandangan hukum positif terhadap sistem <i>Affiliate</i> dan hukum islam yang diterapkan pada <i>marketplace</i> Shopee dalam jual beli online.</p>
<p><b>Metode Penelitian</b></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang diaplikasikan pada penelitian ini merupakan pendekatan perundang undangan atau normative yuridis (metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan Pustaka) yang mengkaji masalah sistem <i>Affiliate</i> yang berdasarkan pada aturan aturan hukum yang berlaku di Indonesia.</p>
<p><b>Hasil Penelitian</b></p>	<p>Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa sistem <i>Affiliate</i> pada jual beli online tidak dilarang dalam islam. <i>Affiliate marketing</i> dapat diqiyaskan denga <i>ji'alah</i> dan <i>samsarah</i> dimana terdapat kemiripan berupa pengertian, mekanisme dan rukunnya. Pada hukum positif di Indonesia pun sama, tidak ada larangan untuk menggunakan sistem <i>Affiliate</i>. Hal yang terpenting adalah seorang <i>Affiliater</i> yang menyantumkan link harus menyediakan informasi yang jelas dan benar mengenai barang yang diafiliasikan tidak mengandung unsur penipuan dan manipulasi data.</p>

<b>Perbedaan</b>	Pada penelitian ini menggunakan sistem <i>Affiliate</i> pada marketplace Shopee.
<b>Persamaan</b>	Kedua penelitian ini sama-sama meneliti mengenai pandangan Hukum Islam terhadap sistem <i>Affiliate</i> pada marketplace.
<b>No</b>	3
<b>Nama, Tahun &amp; Judul</b>	Risma Khoirunnisa, 2022. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan <i>Awareness</i> Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Implora Di Malang.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi Tik Tok dan <i>awareness</i> berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk kecantikan di Malang.
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa penggunaan aplikasi Tik Tok dan Brand awareness berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk kecantikan Implora di Malang. Penggunaan aplikasi Tik Tok berpengaruh positif dan signifikan sebagai media promosi terhadap Brand awareness sebuah produk.

<b>Perbedaan</b>	Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh penggunaan aplikasi Tik Tok dan <i>Awariness</i> terhadap minat beli produk kecantikan implora di Malang.
<b>Persamaan</b>	Kedua penelitian ini sama - sama meneliti mengenai sistem yang berada pada platform Tik Tok.
<b>No</b>	<b>4</b>
<b>Nama, Tahun &amp; Judul</b>	Sendik Wijayanti, 2020. Pengaruh Iklan Melalui Selebgram Endorse Dan Citra Brand Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Implora.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan melalui selebgram endorse dan citra Brand terhadap minat beli kosmetik Implora mahasiswa IAIN Ponorogo.
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara untuk mengetahui lokasi, populasi, sampel yang dijadikan responden dan juga definisi operasional masing – masing variabel.
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa iklan melalui selebgram endorse dan citra Brand berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada Brand kosmetik Implora (studi kasus mahasiswa IAIN Ponorogo).

<b>Perbedaan</b>	Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh iklan terhadap penjualan kosmetik Implora.
<b>Persamaan</b>	Kedua penelitian ini sama – sama menggunakan Teknik pengumpulan data secara wawancara.
<b>No</b>	5
<b>Nama, Tahun &amp; Judul</b>	Hafid Qurrahman, 2020. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Afiliasi Di Pakarbot.com.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk menganalisis bagaimana hukum islam terhadap praktik transaksi afiliasi di Pakarbot.com.
<b>Metode Penelitian</b>	Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperjelas tujuan penelitian.
<b>Hasil Penelitian</b>	Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa praktik pada hukum islam yang dilakukan oleh transaksi dalam Pakarbot.com menggunakan akad ju'alah. Dimana setelah dapat melakukan pekerjaannya akan diberikan upah atau komisi oleh maj'ul (Pakarbot.com). Pembelian produk yang dilakukan <i>affiliater</i> secara diam diam dengan tanpa sepengetahuan Pakarbot.com mengakibatkan hukum jual beli <i>affiliate</i> menjadi haram.
<b>Perbedaan</b>	Penelitian ini menganalisis mengenai sistem <i>affiliate</i> pada Pakarbot.com.

<b>Persamaan</b>	Kedua penelitian ini sama - sama meneliti mengenai hukum islam terhadap transaksi sistem <i>affiliate</i> .
<b>No</b>	<b>6</b>
<b>Nama, Tahun &amp; Judul</b>	Irfan Ansori, 2015. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis <i>Affiliate Marketing</i> Amazon.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Analisis status hukum perjanjian bisnis pemasaran afiliasi Amazon dengan mempertimbangkan hukum Islam, termasuk aplikasi, mekanisme kerja, dan metode pembayaran.
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif pasangan. Berdasarkan riset kepustakaan yaitu mengkaji bagaimana mekanisme kontraktual dan kesepakatan yang terbentuk anatar <i>Affiliate marketer</i> dengan Amazon.
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa <i>affiliate marketing</i> di Amazon tidak bertentangan dengan prinsip Muamalah Islam. Kesepakatan pemasaran afiliasi Amazon termasuk dalam kategori penawaran Ju'alah. Ketika mekanisme pengupahan kerja didasarkan pada keberhasilan kerja.
<b>Perbedaan</b>	Penelitian ini menganalisis mengenai kegiatan hukum islam pada transaksi <i>affiliate marketing</i> Amazon.

<b>Persamaan</b>	Kedua kajian tersebut menganalisis mengenai bisnis pada sistem <i>affiliate</i> .
------------------	---

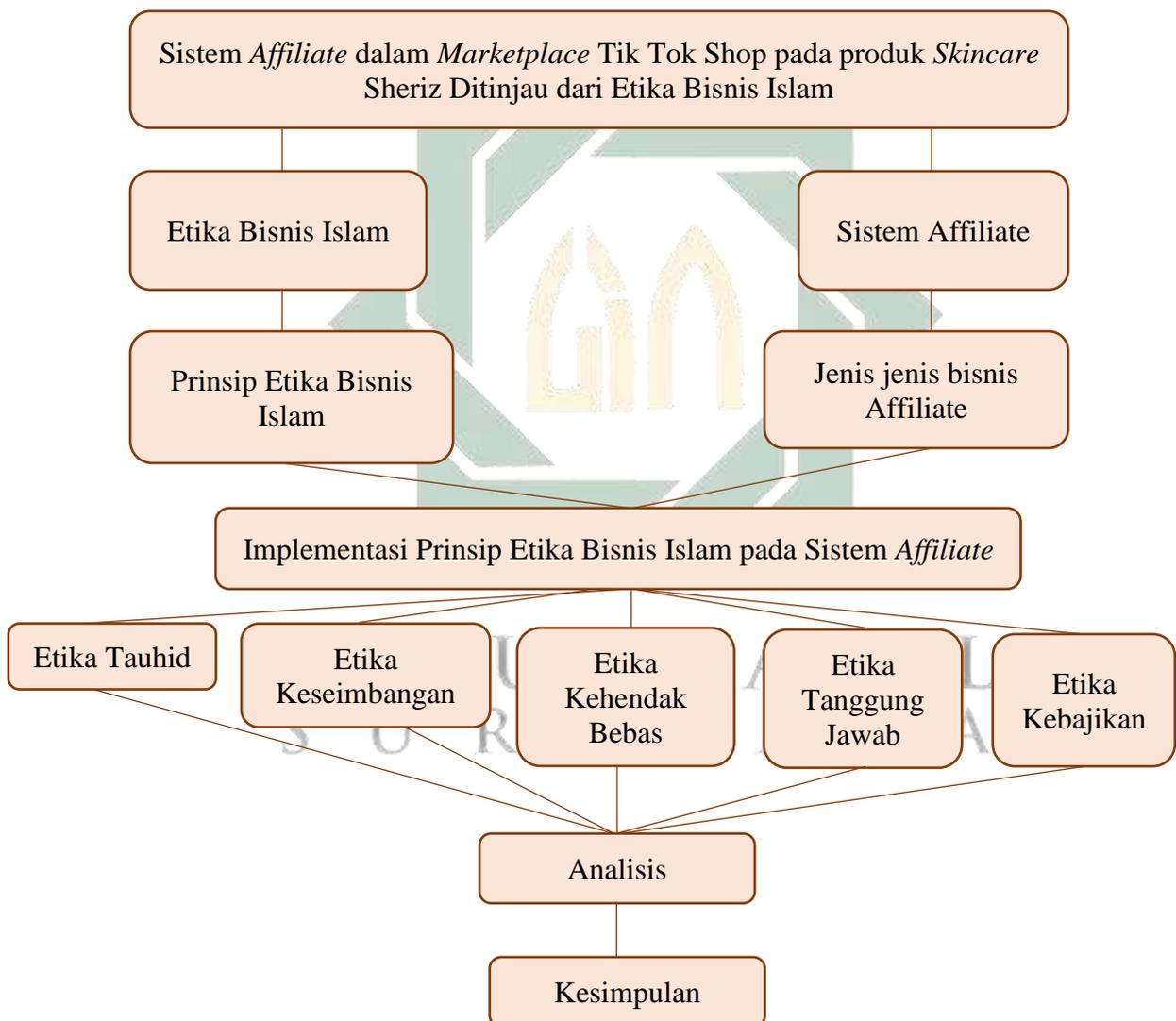


UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### 2.3. Kerangka Konseptual

Untuk menjelaskan kerangka konseptual penelitian yang akan dilakukan, peneliti membuat diagram kerangka konseptual. Berikut adalah diagram kerangka konseptual sistem afiliasi *marketplace* Tik Tok Shop *skincare* Sheriz ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

**Diagram 1 Kerangka Konseptual**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini adalah cara atau prosedur untuk menemukan solusi dari masalah yang dihadapi. Jenis pencarian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pencarian pada sumber perpustakaan. Penelitian ini menggunakan literatur, buku, *website* dan laporan dari peneliti sebelumnya.

Penelitian ini bersifat deskriptif evaluative. Penelitian deskriptif evaluative merupakan penulisan penelitian yang penyampaiannya mengedepankan kronologis sesuai dengan urutan waktunya. Pada penulisan deskriptif evaluative menggunakan cara berpikir diakronik yang dilakukan untuk menyampaikan urutan jalannya sebuah peristiwa. Pada penelitian ini pemaparan pembahasan diawali dengan pemaparan konsep sistem afiliasi, meliputi bagaimana Brand Sheriz memasarkan produknya menggunakan Sistem *affiliate* pada *marketplace* Tik Tok Shop, bagaimana *affiliate marketer* Brand Sheriz mempromosikan dan memasarkan produk Sheriz melalui sistem *affiliate* pada *marketplace* Tik Tok Shop. Kemudian kegiatan tersebut dievaluasi berdasarkan prinsip Etika Bisnis Islam.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dan juga Gresik, Jawa Timur.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Data Primer

Pada penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dalam penelitian guna mendapatkan data secara langsung dari *Affiliate marketer* mengenai bagaimana Brand *Affiliate marketer* memasarkan produknya dengan sistem *affiliate* dan juga diperoleh langsung dari pemilik Brand *Skincare Sheriz* ini sendiri yaitu Shelma Ayu Desearsa dan Rizma Maliyyatuz. Data primer didapat dengan cara observasi dan wawancara terhadap pemilik Brand *Skincare Sheriz* dan beberapa *Affiliate Marketer*.

#### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui Teknik pengumpulan data yang mendukung data primer. Sumber data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung. Sumber tersebut dapat berupa buku, jurnal, dokumen, serta berbagai informasi dari internet yang berkaitan dengan sistem *Affiliate marketplace* Tik Tok Shop pada produk kosmetik Implora ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif, maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Pengumpulan data dapat diperoleh

dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/tringulasi. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

### **3.4.1 Wawancara**

Dalam hal Teknik pengumpulan data, menggunakan wawancara hampir sama dengan menggunakan kuesioner. Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok meliputi wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara mendalam. Peneliti memilih melakukan wawancara terhadap Brand *Skincare Sheriz* dan juga *affiliate marketer* agar dapat mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap dan pengalaman pribadi. Pada sistem *affiliate*, *affiliate marketer* merupakan pihak yang sangat berpengaruh dalam transaksi yang menggunakan sistem *affiliate*.

### **3.4.2 Dokumentasi**

Dalam penelitian ini pengumpulan data berikut dilakukan dengan cara mendokumentasikan, mencari dan mengolah sesuatu yang berupa buku, catatan, artikel, majalah dan lain lain. Dokumentasi digunakan untuk mengungkap Kembali jika diperlukan keperluan analisa atau pembanding lainnya.

## **3.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis kualitatif. Menggunakan metode deskriptif, mengumpulkan dan

menyusun data, kemudian menganalisis dan menginterpretasikan data tersebut.

### **3.5.1 Reduksi Data**

Reduksi data merupakan pemeriksaan kembali dari seluruh data yang diperoleh dari lapangan dengan melakukan pemilihan dan penyederhanaan, kemudian mentransformasikan data yang belum diolah dari lapangan yang mencakup dari segi kelengkapannya serta menelaraskan antara data yang didapat dengan relevansi penelitian. Reduksi data ini bertujuan untuk memudahkan peneliti agar mendapatkan data yang lebih spesifik, dan juga memudahkan dalam mengumpulkan dan melengkapi data tambahan. Dalam teknik ini, peneliti akan melakukan analisis dengan mengambil data berdasarkan rumusan masalah.

### **3.5.2 Penyajian Data**

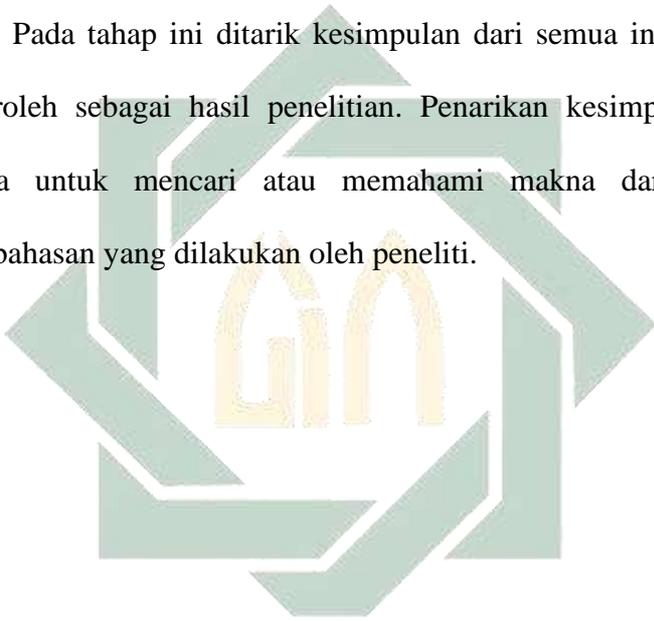
Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang sudah tersusun, kemudian memberikan adanya kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang sudah didapat harus diarahkan, agar data hasil reduksi terorganisasi dan juga tersusun dalam pola hubungan sehingga dapat dengan mudah dipahami.

Pada penelitian ini peneliti harus menyusun data yang relevan agar informasi yang diperoleh dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian. Dalam melakukan

penyajian data peneliti tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis terus menerus hingga proses penarikan kesimpulan. Sebab, penyajian data yang baik merupakan langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid.

### **3.5.3 Penarikan Kesimpulan**

Pada tahap ini ditarik kesimpulan dari semua informasi yang diperoleh sebagai hasil penelitian. Penarikan kesimpulan sebagai usaha untuk mencari atau memahami makna dari hasil dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek

##### 4.1.1 *Brand Sheriz*

Brand Sheriz merupakan Brand lokal yang berasal dari kota Gresik, Jawa Timur. Berdiri pada tahun 2020 akhir dan melakukan penjualan produk awalnya ditahun 2021 Januari. Pemilik dari Brand *Skincare Sheriz* yaitu Shelma Ayu Desearsa dan juga partnerya Rizma Maliyyatuz Zakiyyah. Shelma menyatakan bahwa masyarakat semakin bertambahnya zaman semakin ingin tampil dengan menarik, apalagi wanita. Selalu ingin terlihat lebih cantik dan menarik dari sebelumnya merupakan keinginan hampir seluruh wanita. Dari pemikiran itu pun Shelma dan Rizma mengambil keputusan untuk membuat bisnis di bidang produk kecantikan kulit. Aktivitas wanita di siang maupun malam hari yang dilakukan diluar ruangan (*outdor*) membuat para wanita untuk harus merawat kulitnya agar tetap sehat dan terlihat menarik. Tujuan dari Shelma dan Rizma untuk membuat produk perawatan kulit ini yaitu juga ingin membantu para masyarakat yang ingin merawat dan menjaga kulitnya agar terlihat lebih menarik dan tetap terjaga.

Nama Brand Sheriz sendiri diambil dari akronim nama mereka yaitu Shelma dan Rizma sehingga terbentuk nama Brand SHERIZ.

Visi dan Misi dari Brand Sheriz yaitu membuat serangkaian produk yang dapat membantu masyarakat untuk merawat dan mempercantik kulit tubuh. Dengan bahan produk yang aman serta berkualitas dan harga yang masih terjangkau.

#### **4.1.2 Produk *Brand Sheriz* yang dipasarkan melalui marketplace Tik Tok Shop**

Produk dari Brand Sheriz itu sendiri yaitu merupakan produk perawatan kulit. Produk dari Brand Sheriz ini sendiri sudah dijual pada beberapa *marketplace* seperti, Tik Tok Shop, Shopee dan juga Tokopedia. Tak hanya melalui marketplace penjualan produk Sheriz pun juga dilakukan di *offline store* ternama seperti KKV, *offline store* yang berada di beberapa kota di Indonesia. Serta Brand Sheriz ini juga aktif mengikuti pameran booth kecantikan yang diadakan di Jawa Timur. Produk perawatan kulit yang diproduksi serta dijual yaitu seperti:

1. *Body Lotion*
2. *Body Peeling*
3. *Body Booster*
4. *Body scrub*

Semua produk dari Sheriz ini sudah teruji secara klinik serta bebas dari bahan yang berbahaya, jadi aman untuk digunakan di usia 10 tahun keatas. Produk dari Brand Sheriz sendiri juga sudah mendapatkan sertifikasi dari BPOM. Keaman serta kualitasnya sudah



*packaging* baru agar konsumen tidak mengalami kejadian kurang mengenakan yang terjadi sebelumnya dengan *packaging* lama.

#### **4.1.3 Sistem *Affiliate* Tik Tok Shop untuk Pengguna yang ingin berjualan tanpa modal**

Para pembisnis di *Tik Tok Shop* dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan cara membuka fitur sistem *affiliate* bagi pengguna aktif *Tik Tok Shop*. Jika ada pengguna yang ingin bergabung dalam *Tik Tok Affiliate* harus mendaftarkan dirinya dalam program *Tik Tok Affiliate* yang sudah disediakan oleh pihak Tik Tok. Nantinya setelah mendaftarkan diri akan ada persyaratan tertentu dalam *Tik Tok Affiliate* seperti harus berkomitmen untuk membuat konten agar dapat meningkatkan penjualan, dan juga seperti memiliki pengikut lebih dari 1000 agar dapat mempromosikan produknya melalui *Tik Tok Live Streaming*.

Para *marketer* akan mendapatkan hingga 10% komisi dari penjualan di *Tik Tok Shop*. Jika semakin banyak barang yang terjual, maka komisi yang didapatkan juga akan semakin banyak. Kemudian terdapat sistem koin yang dapat dikonversikan terhadap mata uang dan nantinya bisa diuangkan. Komisi yang didapatkan dari program sistem *affiliate* pada Tik Tok nantinya dapat didepositkan di Tik Tok Point yang terhubung dalam beberapa platform uang elektronik seperti Dana dan Ovo dan juga M-Banking. Selain dapat ditarik berbentuk uang point tersebut juga dapat ditarik berupa pulsa hp.

Untuk komisi berupa uang nantinya akan dikirimkan ke rekening pihak yang bersangkutan dan pihak yang berhak menerima.

Sebelum mendaftarkan diri sebagai *marketer affiliate* di *Tik Tok Shop*, pengguna harus memiliki akun *Tik Tok Shop* terlebih dahulu. Berikut merupakan tata cara mendaftarkan diri untuk memiliki akun *Tik Tok Shop* :

1. Membuka situs web *Tik Tok Shop*.
2. Untuk mendaftar sebagai penjual, dapat memilih opsi “*Sign Up With Tik Tok Account*” atau “*Sign Up With Phone & Email*” yang ada di halaman utama.
3. Setelah berhasil membuat akun, kemudian pengguna akan diminta untuk mengisi formulir pendaftaran bisnis (toko) serta informasi terkait.
4. Kemudian mencantumkan informasi mengenai alamat, nomor telepon, alamat email, dan lainnya.
5. Kemudian masukkan informasi mengenai bisnis, seperti nama toko, alamat toko serta jenis barang yang dijual dan keterangan produk.
6. Lalu isi keterangan terkait registrasi bisnis untuk mendapatkan verifikasi dari *Tik Tok Shop*.
7. Jika semua tahap dapat dilakukan selesai, tunggu hingga *Tik Tok* memberikan konfirmasi di email.

8. Kemudian, akun pengguna dapat memperoleh fitur *Tik Tok Shop* untuk berjualan serta dapat mengaktifkan sistem *affiliate*.

#### **4.1.4 Sistem *Affiliate* yang diterapkan oleh *Brand Sheriz* pada penjualannya di marketplace Tik Tok Shop**

Penjualan produk Sheriz dilakukan secara online maupun offline. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa produk Sheriz dapat di temukan pada beberapa marketplace seperti Tik Tok Shop, Shopee dan Tokopedia. Serta pada offline Store yaitu terdapat di KKV.

Pada marketplace Tik Tok Shop produk Sheriz sudah terjual lebih dari 14 ribu produk. Penjualan produk Sheriz juga tercantum pada sistem *affiliate* Tik Tok Shop. Jadi bagi para pengguna dan pemilik akun Tik Tok Shop dapat menjadi *marketer* pada penjualan produk Sheriz.

Brand Sheriz ini membuka penjualan secara sistem *Affiliate* untuk semua pengguna Tik Tok Shop, dengan menawarkan komisi yang didapat jika dapat menjualkan produk Sheriz. Dengan bantuan *marketer* Brand Sheriz dapat meningkatkan penjualan produknya.

Bagi *marketer* yang menjualkan produknya akan mendapatkan komisi sebesar 2-6% perproduk. Sistem pemberian persenan untuk *affiliate marketer* seperti berikut :

1. Brand Sheriz mendaftarkan produknya agar dapat dipasarkan melalui sistem affiliate Tik Tok Shop melalui aplikasi Seller Center.
2. Kemudian pihak Tik Tok Shop otomatis akan memberikan komisi untuk *affiliate marketer* sebesar 10% untuk perproduknya. Namun pihak Brand Sheriz dapat mengajukan penurunan komisi untuk *affiliate marketer*.
3. Brand Sheriz mengajukan penurunan komisi untuk *affiliate marketer* sebab Brand Sheriz menggantinya dengan diskon untuk harga yang dijual. Keputusan ini diambil oleh Brand Sheriz dikarenakan Brand Sheriz ingin menjulakan produknya dengan harga yang lebih murah sehingga pembeli mendapat keuntungan dan *affiliate marketer* pun juga mendapat keuntungan.
4. Penurunan persenan komisi yang diajukan Brand Sheriz untuk produk *body lotion* perproduknya 6% ini merupakan persenan komisi terbesar, sebab memang pihak Brand Sheriz akan mengunggulkan produk *body lotion*. Untuk produk *skincare* lainnya yang dijual satuan mendapatkan komisi 4%. Untuk produk *bundling* mendapat keuntungan komisi 5%. Untuk produk paket usaha mendapat keuntungan 2% ini merupakan persenan komisi terkecil, sebab harga diskon untuk penjualan produknya sudah diberikan diskon yang lebih banyak. Shelda menyatakan

bahwa tidak ada perhitungan khusus untuk persenan komisi *affiliate* hanya memperkirakan saja antara 2% hingga 6%.

- Komisi yang diberikan kepada *affiliate marketer* melalui sistem *affiliate* Tik Tok Shop nantinya akan ditanggung oleh Brand Sheriz.

Daftar komisi yang diperoleh jika *marketer* dapat menjualkan produk dari brand Sheriz sebagai berikut :

**Tabel 2 Komisi *affiliate marketer***

No.	Nama Produk	Harga/produk	Komisi/produk	Pendapatan/produk
1.	Sheriz Brightening Body Lotion	78.000	6%	4.680
2.	Sheriz Whitening Body Booster	65.000	4%	2.600
3.	Sheriz Peeling Pretty Spray	62.000	4%	2.480
4.	Sheriz Perfect Body Scrub	62.000	4%	2.480
5.	Sheriz Body Lotion paket usaha	650.000	2%	13.000
6.	Paket Bundling 4 product Sheriz	267.000	5%	13.350

7.	Paket Body Lotion (Beli 2 gratis 1)	225.000	6%	13.500
8.	Paket Usaha Sheriz Whitening Body Booster	580.00	2%	11.600
9.	Paket Usaha 10 Sheriz Perfect Body Scrub	550.000	2%	11.000
10.	Paket Usaha 10 Peeling Pretty by Sheriz	550.000	2%	11.000

Ada beberapa *Affiliate marketer* yang dipilih langsung oleh pihak Brand Sheriz, yang nantinya Brand Sheriz akan memberikan komisi selain dari komisi yang diperoleh aplikasi Tik Tok Shop. Selain mendapat komisi dari Tik Tok Shop, *affiliate marketer* Brand Sheriz juga mendapatkan sample barang produk Sheriz, yang nantinya produk tersebut dapat digunakan sebagai objek untuk promosi berbentuk video. Dengan penjualan yang dilakukan oleh *Affiliate marketer* dapat meningkatkan penjualan produk Sheriz. Hal ini ditandai dengan banyaknya produk yang terjual pada marketplace Tik Tok Shop. Dari tahun 2021 Januari hingga 2023 maret ini produk Sheriz sudah terjual lebih dari 14.000 pada marketplace Tik Tok Shop.

#### **4.1.5 Sistem *Affiliate* yang diterapkan oleh *marketer* produk Sheriz pada penjualannya di Marketplace Tik Tok Shop**

Beberapa *affiliate marketer* Brand Sheriz memilih untuk mempromosikan produk Sheriz dengan membuat video yang disertai dengan penjelasan fungsi dan manfaat dari produk Sheriz. Kemudian jika ada pembeli yang membeli melalui link yang tertera pada video tersebut (keranjang kuning) maka *Affiliate marketer* akan mendapatkan komisi dari Tik Tok *Affiliate* dengan jumlah komisi perproduknya 2-6% dari harga jual.

Ada juga *affiliate marketer* produk Sheriz yang dipilih atau diajak langsung oleh pihak Brand Sheriz, yang dimana pihak Brand Sheriz ini yang menawarkan kerjasama. Seperti jika *affiliate marketer* ini membuat video maka akan diberi komisi untuk video yang mempromosikan Brand Sheriz, sistemnya hampir sama seperti *endorse* video. Jadi komisi yang didapat selain dari komisi *Affiliate* produk Sheriz, juga mendapat komisi atas *endorse* video yang diunggah pada aplikasi Tik Tok. Sistemnya seperti mendapat upah dari *affiliate* Tik Tok Shop dan juga dari pihak Brand Sheriz.

Dalam mempromosikan produk Sheriz *affiliate marketer* memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kualitas dan manfaat produk tersebut. Selain itu pihak Brand Sheriz juga akan memberitahu *affiliate marketer* terkait informasi apa saja yang dapat dipublikasi untuk *affiliate marketer* mempromosikan produknya.

Brand Sheriz juga tidak membatasi bagaimana konsep dan cara *affiliate marketer* dalam membuat video promosi produk Sheriz. Semuanya dipercayakan kepada *affiliate marketer*.

## **4.2 Sistem *Affiliate* dalam Marketplace Tik Tok Shop pada produk *Skincare* Sheriz ditinjau dari Etika Bisnis Islam**

### **4.2.1 Sistem *Affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk *Skincare* Sheriz**

#### 1. Brand Sheriz pada marketplace Tik Tok Shop

*Skincare* Sheriz ini merupakan Brand *Skincare* yang penjualannya sampai saat ini masih bergantung pada penjualan yang berbasis online. Sejak awal penjualannya *Skincare* Sheriz ini menjualkan produknya pada marketplace Tik Tok Shop. Pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma menyatakan pada saat wawancara bahwa memang sejak awal berdirinya Brand ini memang sudah mengingkan untuk pemasaran atau penjualan produknya akan dipasarkan salah satunya pada marketplace Tik Tok Shop.

Dengan memasarkan produknya melalui marketplace Tik Tok Shop tentu Brand Sheriz juga mendaftarkan produknya dengan sistem *affiliate* pada marketplace tersebut. Tak hanya itu Brand Sheriz juga membuka peluang untuk para *affiliate marketer* agar bisa mendapatkan produk *sample* gratis, yang dimana *sample* tersebut dapat digunakan sebagai media untuk

promosi produk Sheriz. Brand Sheriz juga membuka untuk semua pengguna akun Tik Tok Shop agar dapat menjadi *affiliate marketer* produk Sheriz. Mendaftarkan diri sebagai *affiliate marketer* pada Tik Tok Shop sama sekali tidak mengualarkan biaya. Pengguna bisa meminta atau mengajukan sample gratis, jika pengajuan tersebut di *accepted* oleh Brand Sheriz maka pengguna tinggal menunggu barang dikirimkan dan sampai ditangan. Jika sudah maka diharuskan untuk membuat konten atau video promosi yang nantinya akan menyantumkan *link* produk tersebut. Jika ada pembeli yang akan membeli produk tersebut maka *affiliate marketer* akan mendapatkan keuntungan komisi hingga 2-6% dari harga produk.

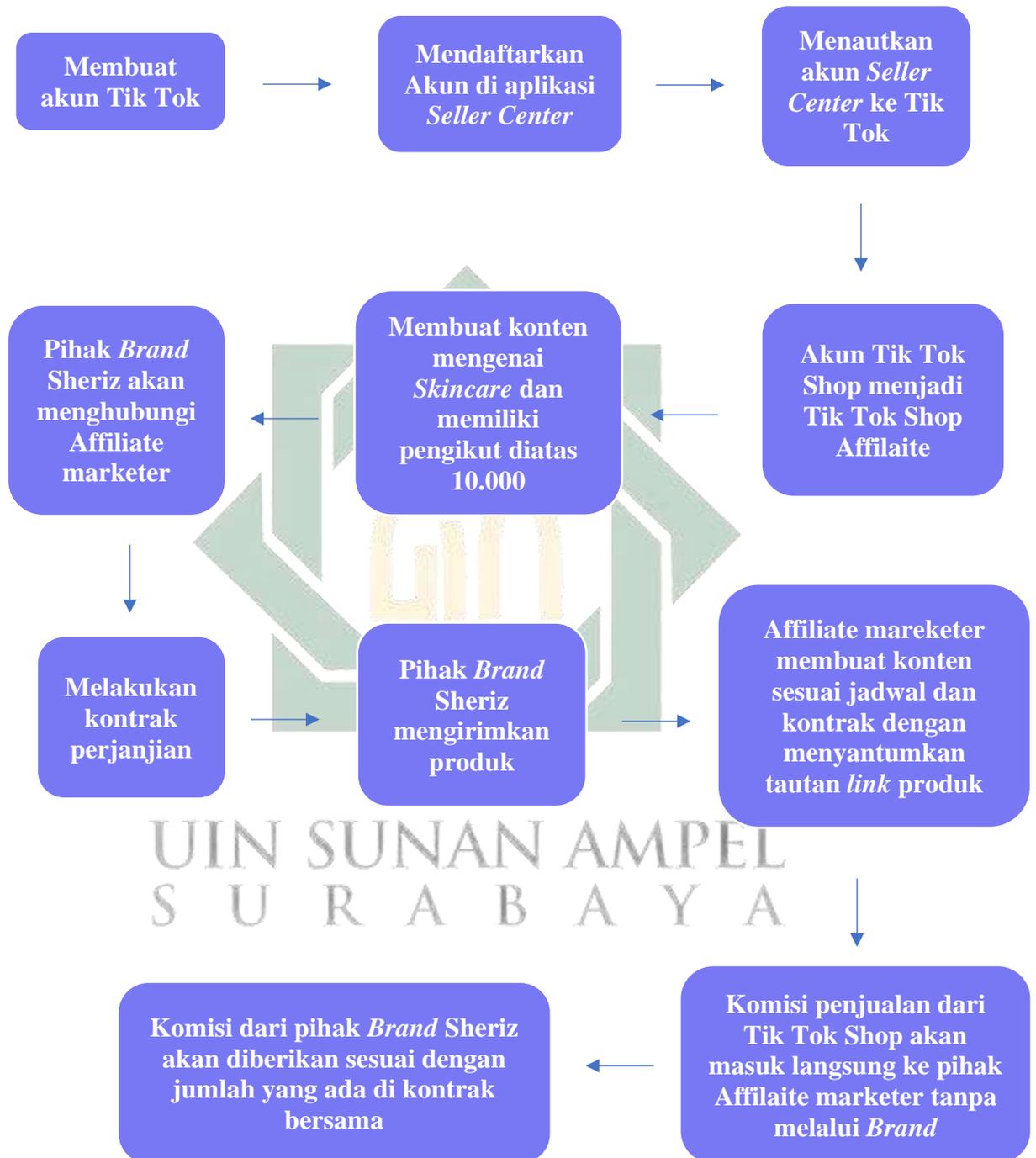
Adapun *affiliate marketer* yang dipilih oleh Brand Sheriz hal ini disampaikan pada Rizma pada saat wawancara. Selain membuka untuk umum *affiliate marketer* pada marketplace Tik Tok Shop juga ada yang dipilih langsung oleh Brand Sheriz. Biasanya Brand Sheriz memilih *affiliate marketer* yang memang sudah memiliki banyak pengikut dan yang memang sering mempromosikan produk *Skincare* maupun kecantikan. Penawaran untuk *affiliate marketer* tersebut pun tidak hanya komisi dari marketplace Tik Tok Shop, melainkan jika membuat konten video akan diberikan komisi dari Brand Sheriz untuk persatu vidionya. Komisi tambahan tersebut sesuai dengan

kesepakatan yang disepakati oleh Brand Sheriz dengan *affiliate* marketer pilihannya. Brand Sheriz juga membaskan para *affiliate marketer* untuk membuat konsep video promosi seperti apa saja, asal tidak mengandung unsur penipuan dan juga menjeakan Brand lain atau bahkan sampai membuat fitnahan untuk Brand lain.

**Diagram 2 Alur tata cara menajdi *affiliate marketer* Sheriz secara umum**



**Diagram 3** Alur tata cara menjadi *affiliate marketer* pilihan dari Sheriz



Brand Sheriz akan bertanggung jawab mengenai pesanan produk hingga ke tangan konsumen. Mulai dari menyiapkan pesanan hingga menghubungkan kepada ekspedisi pengiriman. Jika ada komplain terkait pesanan yang diterima dan bukan merupakan pihak ekspedisi maka Brand Sheriz yang akan bertanggung jawab. Shelma dan Rizma menyatakan bahwa hal seperti komplain pernah dialami. Produk Sheriz pernah mengalami *complain* perihal packaging pada produk body lotion. Produk tersebut mendapatkan *complain* sebab banyaknya pembeli dan *affiliate marketer* mengalami kebocoran pada produk tersebut sehingga barang didapatkan tidak sesuai dengan gambar. Dalam hal tersebut Brand Sheriz langsung bergerak untuk bertanggung jawab, dengan memberikan pilihan yaitu mengembalikan uang pesanan atau ingin menukar dengan packaging baru yang lebih aman. Dengan hal demikian membuat pembeli merasa tenang sebab pembeli tidak mengalami kerugian. Dan dengan kualitas yang bagus serta mau bertanggung jawab pembeli produk Brand Sheriz pun semakin marak.

## 2. *Affiliate Marketer* Brand Sheriz pada marketplace Tik Tok Shop

Seperti yang kita ketahui penjualan Sistem *Affiliate* ini sangat berhubungan dengan yang namanya *affiliate marketer*. Sebab Brand membutuhkan jasa *affiliate marketer* untuk mempromosikan dan juga menjulkan produknya dengan sistem

tersebut. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai salah satu *affiliate marketer* pilihan dari Brand Sheriz yaitu saudari Lyra dengan nama akun pengguna Tik Tok Shop @lyraanailii dan juga *affiliate marketer* Brand Sheriz yang mendaftarkan dirinya secara mandiri yaitu saudari Naila dengan nama pengguna akun Tik Tok Shop @laalaaa912. Lyra sendiri ini merupakan *affiliate marketer* yang cukup memiliki banyak pengikut dengan total pengikut mencapai 40.000 lebih. Sedangkan Naila merupakan *affiliate marketer* yang masih bisa tergolong baru namun sudah memiliki banyak pengikut pada akun Tik Tok Shop nya dengan total pengikut mencapai 5.000 lebih. Lyra bergabung sebagai *affiliate marketer* sejak tahun 2020. Sedangkan Naila bergabung dan mendaftar dirinya untuk menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz sejak tahun 2022 awal. Dari awal memang Lyra tertarik untuk bergabung menjadi *affiliate marketer* diproduk *Skincare*. Dengan begitu dia membuat banyak promosi konten hingga memiliki banyak pengikut dan pembeli. Hal tersebut membuat dia menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz yang ditawarkan langsung oleh Brand Sheriz. Sedikit berbeda dengan saudara Naila yang dimana ketertarikannya untuk menjadi *affiliate marketer* sendiri karena Naila pernah membeli dan menggunakan produk tersebut, kemudian menurut Naila kualitas dan manfaat

dari produk Sheriz tersebut memang bagus maka dari itu Naila tertarik untuk menjadi *affiliate marketer* -nya.

Lyra mengatakan bahwa awal untuk ditawarkan bergabung yaitu Lyra dihubungi oleh pihak Brand Sheriz melalui DM Tik Tok. Kemudian ditawarkan dengan tawaran yang menguntungkan untuk dia. Yang dimana dia akan mendapat produk secara gratis dan juga *briefing* berupa manfaat dan kandungan terhadap produk tersebut. Kemudian Lyra diminta untuk membuat konten video promosi yang menjelaskan mengenai kandungan dan juga manfaat. Kemudian video tersebut diposting melalui aplikasi Tik Tok dan tidak lupa dicantumkan link pembelian produk (keranjang kuning). Seperti yang sudah dijelaskan diatas nantinya jika ada yang membeli produk tersebut maka Lyra akan mendapat keuntungan sebesar 2-6% perproduknya. Tetapi tak hanya itu, karena dia juga merupakan *affiliate marketer* yang dipilih langsung oleh Brand Sheriz dia akan mendapatkan komisi tambahan pervidionya sebanyak 400.000 hingga 600.000. Brand Sheriz juga kerap mengundang Lyra untuk ke *booth* pameran *Skincare* yang diikuti oleh Brand Sheriz.

Dalam wawancara saudara Naila mengatakan bahwa ketika mengerti dan melihat sendiri hasil dari pemakaian produk Sheriz dia langsung tertarik untuk ikut serta mempromosikan dan

memasarkan. Sebab Naila juga ingin bahwa barang yang dia affiliasikan juga merupakan barang yang berkualitas, maka dari itu Naila segera mendaftarkan dirinya secara mandiri untuk menjadi *affiliate marketer* Sheriz melalui Tik Tok Shop. Berhubung saudari Naila memang sebelumnya sudah menjadi *affiliate marketer* pada marketplace Tik Tok Shop maka lebih mudah untuk Naila bergabung menjadi *affiliate marketer* Sheriz. Saudari Naila cukup memasukan produk Sheriz pada keranjang yang berada di profil akun Tik Tok Shop dia, kemudian saudari Naila mengajukan yang namanya sampel gratis. Nantinya saudari Naila jika sudah disetujui permintaannya untuk sampel produk gratis maka akan dikirimkan produknya dari Brand Sheriz. Jika sudah berada di tangan saudari Naila maka Naila wajib membuat konten dan mengadakan *live streaming* dengan mempromosikan produk Sheriz. Tentunya dalam membuat konten promosi ini saudari Naila bebas menggunakan tema konten yang bagaimana, dan prinsip dari saudari Naila yaitu membuat konten dengan jujur tanpa mengandung *black campaign* untuk menjatuhkan produk Brand lain. Jika sudah laku terjual maka saudari Naila akan mendapatkan komisi melalui Tik Tok Shop tanpa melalui Brand Sheriz sebab saudari Naila mendaftarkan dirinya secara mandiri.

Dalam mempromosikan produk Lyra mengungkapkan bahwa kejujuran dalam menyantumkan kandungan serta manfaat

merupakan hal yang penting agar pembeli tidak merasa tertipu dan kecewa. Bahkan sebelum mempromosikannya Lyra juga memakai produk tersebut jika benar membuat perubahan yang lebih bagus pada dirinya maka dia akan mempromosikan, jika tidak seberapa berpengaruhpun Lyra akan membuat pernyataan bahwa ada kekurangan dalam produk tersebut. Bagi Lyra mempromosikan sesuatu jika tidak berlandaskan kejujuran maka tidak akan mendatangkan keberkahan. Tak hanya kejujuran dalam memberikan informasi, Lyra juga tidak megandung unsur menejelekan Brand lain.

Dalam hal mempromosikan produk Sheriz yang *diaffiliatekan* Lyra juga selalu tepat waktu dengan waktu yang ditentukan pada saat akad Kerjasama dengan pihak Brand Sheriz. Dan hal tersebut juga didukung oleh pengakuan Shelma selaku pemilik bahwa kenaikan penjualan Brand Sheriz dengan sistem *affiliate* ini juga disebkan oleh video promosi yang dilakukan Lyra di akunnya dengan nama @lyraanailii. Beberapa video yang diunggah oleh Lyra mengenai promosi produk Sheriz selalu mendapat jumlah penonton yang banyak dan hal tersebut berpengaruh terhadap naiknya permintaan produk Sheriz.



Source: Tik Tok @lyraanailii

### Gambar 2 Vidio promosi pada akun @lyraanailii

Gambar diatas merupakan contoh dari vidio yang diunggah oleh Lyra pada akunnya @lyraanailii. Dalam hal ini menjadikan Brand Sheriz menjadi lebih banyak peminat.

#### 4.2.2 Sistem *Affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk *Skincare* Sheriz ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Dalam pemasaran produk melalui sistem *affiliate* berbeda dengan syarat jual beli pada islam, yang dimana syarat jual beli dalam islam penjual harus memiliki hak kepemilikan utuh terhadap produk yang dijualkan. Sedangkan pada jual beli yang dilakukan dengan sistem *affiliate* penjual tidak harus memiliki barang tersebut. Dengan perbedaan ini apakah jual beli dalam sistem *affiliate* tidak diperbolehkan dalam islam walaupun didalamnya tidak mengandung unsur penipuan. Tak hanya itu, pada penjualan sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop dalam penjualan produk Sheriz apakah sudah benar benar menrerapkan etika bisnis Islam pada penjualannya. Sebab jika terjadi komplain siapakah yang akan bertanggung jawab? Apakah pihak Brand dan *affiliate* marketer benar benar menerapkan

etika Tanggung Jawab. Maka dari itu pada bab ini akan membahas mengenai sistem *affiliate* dalam marketplace Tik Tok Shop pada penjualan produk *Skincare* Sheriz yang ditinjau melalui etika bisnis islam.

Pada penelitian ini yang dimana data yang didapat dengan wawancara dengan pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma dan juga Rizma serta dilakukannya juga dengan *affiliate marketer* Brand Sheriz yaitu Lyra dengan pemilik akun Tik Tok Shop @lyranailii dan juga Naila dengan pemilik akun Tik Tok Shop @laalaaa912. Secara umum menunjukkan bahwa penjualan produk Sheriz menggunakan sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop yang dijalankan oleh Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* Brand Sheriz telah menerapkan etika bisnis islam melalui kelima aksiomanya. Berikut merupakan penerapan yang dilakukan oleh Brand Sheriz maupun *affiliate marketer* Brand Sheriz yang ditinjau melalui lima aksioma etika bisnis islam :

#### 1. Etika Tauhid

Tauhid atau keesaan merupakan sebagaimana konsep tauhid yang menggabungkan aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik serta sosial serta menekankan gagasan terhadap konsistensi dan keteraturan.

Pada penelitian ini didapatkan hasil dari wawancara Bersama pemilik lokal Brand Sheriz yaitu Shelma yang dimana

menyatakan bahwa Brand Sheriz ini sendiri kerap membuat acara sosial yang dilakukan bersama staff dan karyawannya. Hasil dari penjualannya dengan sistem *affiliate* membuat keuntungan penjualan yang meningkat. Dengan hal itu hasil atau keuntungan tersebut sebagian kerap digunakan untuk membuat acara sosial tersebut seperti membagikan takjil dijalanan pada saat bulan Ramadhan dan juga mengadakan doa bersama dengan karyawan dan staff Brand Sheriz. Tak hanya itu setiap akan melukan pekerjaan dikantor seperti *packing*, administrasi dan pekerjaan lainnya seluruh karyawan diharuskan membaca doa bersama. Serta terdapat fasilitas mushola pada *warehouse* Brand Sheriz, hal ini dikarenakan pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma dan juga Rizma ingin seluruh karyawan serta staff nya taat ibadah. Menurut Shelma melakukan pekerjaan dengan baik tidak cukup jika tidak melalukan ibadah. Hal ini disampaikan pada Shelma dan Rizma pada saat melakukan wawancara dengan penulis.

## 2. Etika Keseimbangan

Keseimbangan dan keadilan merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan semesta. Tantangan serta hukum yang dilihat mencerminkan kesimbangan yang harmonis. Prinsip ini mengajarkan ketika melakukan bisnis harus diiringi dengan keadilan bagi orang lain dan lingkungan,

tidak hanya memikirkan mengenai keuntungan sedangkan ada pihak yang dirugikan dari hal tersebut.

Penerapan etika ini dapat dilihat pada saat proses penjualan pada marketplace Tik Tok Shop dengan sistem *affiliate* semua pesanan yang dikirim untuk konsumen selalu dilakukan pengecekan kembali sebelum proses *packing*. Hal ini dikerenakan Brand Sheriz tidak ingin membuat kerugian untuk para *affiliate marketer* yang dimana jika ada pembeli atau konsumen yang mengalami kesalahan dalam produk yang diterima pasti nantinya akan membuat kehilangan kepercayaan kepada *affiliate marketer* yang sudah mempromosikan produk Sheriz tersebut. Sehingga pihak Brand Sheriz selalu akan melalukan pengecekan pesanan untuk konsumen sebelum dikirim. Hal tersebut tentunya membawa dampak baik bagi *affiliate marketer* serta konsumen dan juga Brand Sheriz.

### 3. Etika Kehendak bebas

Seperti yang diketahui bahwa setiap manusia memiliki kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, akan tetapi setiap manusia mengabaikan kenyataan yang ada, bahwa manusia dituntut oleh hukum yang dibentuk Allah SWT, ia diberikan kemampuan berfikir dan membuat keputusan memilih jalan yang diinginkan dan juga untuk bertindak berdasarkan aturan yang dipilih.

Pada penerapan etika ini dapat dilihat pada penjualan produk Sheriz yang dilakukan oleh *affiliate marketer*. Brand Sheriz membebaskan untuk seluruh *affiliate marketer* mempromosikan produk Sheriz dengan cara apa saja. Hal ini dapat dilihat di *marketplace* Tik Tok Shop bahwa *affiliate marketer* mempromosikannya dengan cara yang beda beda. Seperti ada yang mempromosikan dengan cara membuat video dengan menjelaskan kandungan serta manfaat yang diperoleh jika menggunakan produk Brand Sheriz. Kemudian juga ada yang isi konten video promosinya dibikinkan oleh pihak Brand Sheriz kemudian *affiliate marketer* melakukannya dengan cara dan juga ciri khas masing masing. Dalam hal mempromosikan pihak Brand Sheriz tidak membatasi, asalkan sesuai dengan produk dan juga tidak mengandung unsur yang menjatuhkan atau menjelekan Brand lain.

#### 4. Etika Tanggung Jawab

Tidak ada kebebasan yang tanpa batas, sebab membuat tidak adanya pertanggung jawaban atas segala tindakan yang dilakukan. Manusia sangat diharuskan untuk mempertanggung jawabkan tindakannya. Selain itu tanggung jawab dalam berbisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara sangat transparan. Berbisnis secara online sangat membutuhkan tanggung jawab yang dilandasi keterbukaan serta kejujuran.

Dalam artian pada bisnis yang dilakukan harus ditampilkan secara keterbukaan, jujur dan tidak adanya penipuan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Setiap pembisnis harus bertanggung jawab atas produk yang dipasarkan mulai dari manfaat, jumlah dan kandungan.

Pada prinsip etika ini peneliti melakukan tiga wawancara yaitu terhadap pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma dan juga pada *affiliate marketer* Brand Sheriz yaitu Lyra dengan nama akun Tik Tok Shop @lyraanailiii dan juga *affiliate* marketer Brand Sheriz yaitu Naila dengan nama akun Tik Tok Shop @laalaaa912. Lyra ini juga merupakan *affiliate marketer* yang dipilih oleh Brand Sheriz untuk bekerjasama mempromosikan serta menjualkan produk Sheriz menggunakan sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop. Sedangkan Naila merupakan *affiliate* marketer Brand Sheriz yang mendaftar dirinya secara mandiri atau umum.

Yang dimaksud dengan tanggung Jawab dalam hal ini adalah adanya keterbukaan, kejujuran dan juga tidak adanya penipuan dalam segi apapun. Sehingga Brand Sheriz maupun *affiliate marketer* Brand Sheriz ini harus bertanggung jawab atas barang yang dipromosikan. Dan tentunya tanggung jawab merupakan hal yang penting dalam berbisnis apalagi pada bisnis yang dijalankan di marketplace Tik Tok Shop menggunakan sistem *affiliate*. Sebab pembeli benar benar memberikan

kepercayaan penuh pada saat melihat promosi yang dilakukan oleh *affiliate marketer* dan pembeli juga percaya akan manfaat dari produk yang dibuat oleh Brand. Mulai dari manfaat, kandungan dan juga jumlah isi.

Pada etika ini sudah dilakukan pada penjualan produk Sheriz dengan sistem *affiliate* dalam marketplace Tik Tok Shop. Dimana *affiliate marketer* Brand Sheriz yaitu Lyra dan juga Naila dalam mempromosikan produknya selalu menjelaskan terkait dengan manfaat yang didapatkan pada saat menggunakan produk Sheriz. Lyra dan juga Naila juga menyatakan bahwa jika ada efek samping dalam menggunakan produk Sheriz maka dia akan menjelaskan di video promosinya dengan jelas. Sebab ia tidak mau menipu para konsumen yang sudah menaruh kepercayaan penuh pada setiap promosi yang dilakukan oleh Lyra dan Naila.

Tanggung jawab pada *affiliate marketer* pada sistem *affiliate* sangat besar. Sebab konsumen akan memberikan kepercayaan terhadap promosi yang dilakukan oleh *affiliate marketer*. Jadi *affiliate marketer* memang harus jujur dan tidak menipu sedikit pun dalam hal mempromosikan produk yang diaffiliatekan.

Serta pada etika ini pun pihak Brand juga sudah menerapkan pada proses pesanan, yang dimana semua pesanan para konsumen sudah diperiksa keutuhannya agar tidak ada

konsumen yang dirugikan. Serta produk Brand Sheriz yang dipasarkan melalui sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop juga sudah mendapatkan sertifikasi BPOM. Sehingga bahan untuk produk Sheriz sudah teruji secara klinik. Melalui banyak tahapan dan proses produk Sheriz sudah terjamin keamanan serta kualitasnya, sebab sudah dilakukan survey baik saat produksi maupun acak dilapangan. Juga sudah melalui serangkaian uji lab seperti validasi formula dan stabilisasi produk. Produk Sheriz sudah aman terhindar dari kandungan yang berbahaya untuk kulit seperti merkuri, hidroquinon dan steoroid.

#### 5. Etika Kebajikan

Kebajikan atau kebaikan kepada orang lain dapat diartikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tanpa melakukan kewajiban apapun. Dalam konteks berbisnis kebajikan yang dimaksud yaitu merupakan niat serta perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses memperoleh komisi dalam upaya menetapkan keuntungan. Etika ini juga mengajarkan seseorang untuk dapat memberikan manfaatnya dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Pada penerapan etika ini dapat dilihat pada wawancara Bersama *affiliate marketer* Brand Sheriz yaitu Lyra dan Naila mengenai akad komisi yang diberikan kepada Lyra serta Naila selaku *affiliate marketer* jika dapat meng*affiliate*kan produk

Sheriz. Lyra mengatakan bahwa awal mula menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz ini, ia ditawarkan oleh pihak Brand Sheriz yang menghubungi lewat pesan akun Tik Tok. Pada pesan tersebut Brand Sheriz menawarkan agar Lyra dapat menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz yang dimana akan mendapatkan sebagian keuntungan seperti :

- a. Brand Sheriz akan mengirimkan produk Sheriz secara gratis agar dapat dijadikan bahan pembuatan vidio konten promosi.
- b. Satu vidio konten promosi akan diberi komisi sebanyak 400.000 sampai 600.000, banyak sedikitnya tergantung konsep dari Brand Sheriz.
- c. Jika dapat menjulakan produk Sheriz melalui sistem *affiliate* pada Tik Tok Shop maka akan mendapat komisi sebanyak 2-6% perproduknya.

Dengan tawaran tersebut Lyra menyetujui akan kehendaknya untuk dapat menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz. Setiap ada produk yang dikirimkan oleh Brand Sheriz, Lyra segera membuat vidio promosi sesuai dengan jadwal yang disepakati. Kemudian ketika vidio tersebut sudah diunggah di akun Tik Tok Shop @lyraanailiii dengan menyantumkan *link* pembelian produk (keranjang kuning). Maka selanjutnya Brand Sheriz akan memberikan komisi sesuai dengan yang disepakati di awal akad dengan *affiliate marketer* Brand Sheriz. Pada saat wawancara

dengan Lyra, ia menyatakan bahwa setiap pemberian komisi dari Brand Sheriz selalu tidak ada kendala dan keterlambatan, dalam hal ini juga membuktikan bahwa Brand Sheriz melakukan tanggung jawab dengan jujur dan benar.

Pada wawancara yang dilakukan Naila mengatakan bahwa komisi yang didapat melalui marketplace Tik Tok Shop jumlahnya memang sesuai dengan persetujuan saat mendaftarkan diri menjadi *affiliate marketer* produk Sheriz. Karena saudari Naila juga merupakan *affiliate marketer* produk Sheriz yang mendaftarkan diri secara mandiri maka berbeda dengan saudari Lyra, jadi tidak ada komisi yang dibayarkan melalui Brand Sheriz. Semua komisi hasil penjualan produk Sheriz didapat oleh Naila langsung melalui marketplace Tik Tok Shop.

Dalam penerapan etika bisnis islam yang dilakukan Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* pada sistem *affiliate* produk Skinacre Sheriz dalam marketplace Tik Tok Shop memberikan dampak terhadap kemajuan bisnis produk Skinacre Sheriz yang dapat dilihat dari lima parameter kemajuan bisnis.

Penerapan etika bisnis islam yang berdampak terhadap aspek pemasaran, yaitu Brand Sheriz berhasil menjualkan lebih dari 14.000 produk *Skincare*nya pada marketplace Tik Tok Shop. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk, *price* (harga), promosi, *place*

(*affiliate marketer*). Produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, promosi yang dilakukan *affiliate marketer* yang bagus, serta penjelasan yang dilakukan *affiliate marketer* secara jelas dan dapat diterima oleh konsumen mampu mendapatkan permintaan konsumen yang meningkat.

Penerapan etika bisnis yang dilakukan juga berdampak pada aspek manajemen dan SDM dalam seluruh penjualan sistem *affiliate* Brand Sheriz. Selain itu, pemilik Brand Sheriz juga menanamkan nilai kejujuran dan tanggung jawab, baik yang berhubungan dengan urusan dunia maupun dengan urusan akhirat.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek hukum. Hal ini tercermin dalam kepercayaan konsumen, yang semakin hari semakin meningkat, ditandai dengan meningkatnya minat permintaan. Sebab Brand Sheriz berhasil mendaftarkan produknya pada Lembaga pemerintah nonkementerian yaitu BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan. Sehingga produk *skincare* Sheriz sudah terjamin kandungannya dan kualitasnya.

Penerapan etika bisnis juga berdampak pada aspek sosial berupa kontribusi yang diberikan oleh Brand Sheriz. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kegiatan yang dilakukan Brand Sheriz yang dimana Brand Sheriz kerap membuat acara sosial seperti

pembagian takjil di jalan pada saat bulan Ramadhan, tak hanya itu Brand Sheriz juga menyisihkan sebagian pendapatannya dari sistem *affiliate* untuk bershodaqoh dan juga zakat.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek lingkungan dalam bentuk Brand Sheriz sama sekali tidak memberikan dampak negatif. Bahkan berdampak positif bagi seluruh pihak terkait seperti, menguntungkan *affiliate marketer* dan juga konsumen.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek finansial pada Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer*. Dapat dilihat dari kemajuan Brand Sheriz dengan mampu menjual sebanyak 14.000 lebih produk *Skincare* melalui sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop. *Affiliate marketer* menjadi bisa menghasilkan penghasilan dengan cara mempromosikan produk Sheriz. Hal ini berdampak baik bagi kebanyakan orang yang menjadi *affiliate marketer* Brand Sheriz.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan diatas yang berjudul “Sistem *Affiliate* dalam *Marketplace* Tik Tok Shop pada Produk *Skincare* Sheriz ditinjau dari Etika Bisnis Islam” peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan memasarkan produknya melalui marketplace Tik Tok Shop Brand Sheriz juga mendaftarkan produknya dengan sistem *affiliate* pada marketplace tersebut. Tak hanya itu Brand Sheriz juga membuka peluang untuk para *affiliate marketer* agar bisa mendapatkan produk sample gratis, yang dimana *sample* tersebut dapat digunakan sebagai media untuk promosi produk Sheriz. Jika ada pembeli yang akan membeli produk tersebut maka *affiliate marketer* akan mendapatkan keuntungan komisi hingga 2-6% dari harga produk.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam penjualan produk Brand Sheriz menggunakan sistem *affiliate* di Tik Tok Shop belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam melalui kelima aksiomanya. Penerapan etika tauhid dapat dilihat dari kinerja SDM nya, yang dimana selalu mengadakan doa bersama pada saat akan melakukan pekerjaan di *warehouse* Brand Sheriz dan juga mengadakan kegiatan sosial. Kemudian penerapan etika keseimbangan dapat dilihat dari pada saat proses penjualan pada marketplace Tik Tok Shop dengan sistem

*affiliate* semua pesanan yang dikirim untuk konsumen selalu dilakukan pengecekan kembali sebelum proses *packing*. Penerapan etika kehendak bebas dapat dilihat pada saat Brand Sheriz membebaskan untuk seluruh *affiliate marketer* mempromosikan produk Sheriz dengan cara apa saja tanpa membatasi. Namun pada penerapan etika tanggung jawab hanya masih bisa dilakukan terhadap pihak Brand Sheriz. Dapat dilihat ketika Brand Sheriz menerima komplain dan Brand Sheriz langsung menindak lanjuti agar konsumen tidak kecewa namun pihak *affiliate marketer* tidak bisa sepenuhnya ikut bertanggung jawab atas kejadian yang menimpa konsumen sebab pihak *affiliate marketer* hanya sebagai pihak yang mempromosikan dan menjualkan bukan memproduksi. Kemudian pada penerapan etika kebajikan juga dapat dilihat pada saat Brand Sheriz yang selalu tepat waktu jika memberikan komis kepada *affiliate marketer* produk Sheriz. Semua penerapan kelima aksioma pada etika bisnis membuat banyaknya dampak baik yang diterima pada penjualan produk Sheriz melalui sistem *affiliate* pada marketplace Tik Tok Shop.

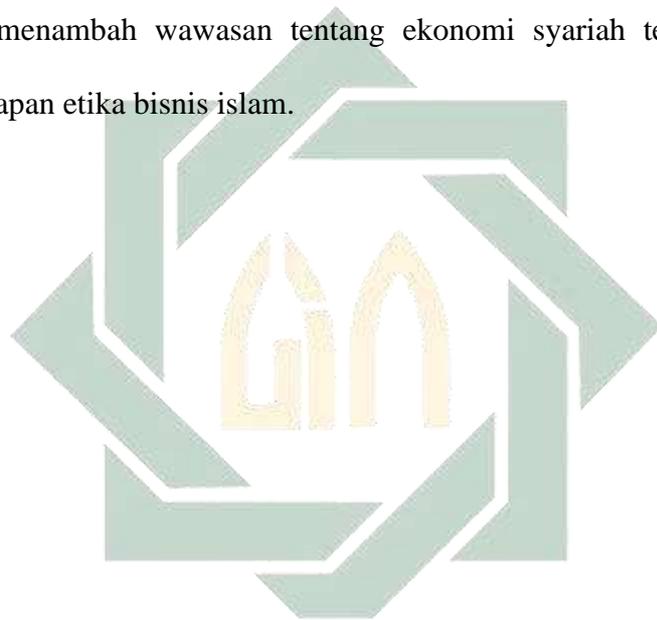
## 5.2 Saran

Dari penjelasan kesimpulan diatas penulis dapat memberikan saran kepada pembaca dan kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini :

1. Setiap pembisnis atau Brand yang melakukukan usahanya menggunakan sistem *affiliate* agar dapat menerapkan etika bisnis islam

dengan benar agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam hal berbisnis dan sesuai dengan ajaran islam.

2. Kemudian untuk Brand Sheriz agar produknya lebih dipercayai oleh konsumen maka saran dari penulis untuk segera melakukan sertifikasi halal agar mengetahui bahwa produknya sudah aman dari syariat Islam.
3. Kemudian untuk para pembaca dan peneliti yang akan meneliti untuk agar menambah wawasan tentang ekonomi syariah terutama pada penerapan etika bisnis islam.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- al-Qaradhawi, D. Y. (2013). *7 Kaidah Utama Fikih Muamalat*. Pustaka Al-Kautsar.
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. International Institute Of Islamic Thought (Iiit).
- Dafira Nugroho, S.H., M.H, D. L. (2022). *Konstruksi Hukum Kepailitan Syariah Di Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Desfitriana, E. T. E. (2022). *Analysis Of The Effect Of Cash On Delivery Payment Methods On Consumer Purchase Decisions On The Tiktok Shop Platform / Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*.  
[Http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/2165](http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/2165)
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Uin-Maliki Press.  
[Http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/1523/](http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/1523/)
- Dr Ismi Darmastuti, S. E., Nahriyah Fata, S. Ag, Yuli Ardiany, S. E., Dr Sumarsih S. E., Rr Chusnu Syarifa Diah Kusuma, S. A. B., M.M, S. S., S. E., M.Si, H., S. E., Mbs, D. P. N. P., Stp, M.H, M. T. R., M.M, N. A. S., S. H., M.Si, D. D. E. H., M.Si, Y. K., S. E., M.M, J., S. E., M.M, R. T. R., S. E., M.Si, Z. I., S. E., M.Si, D. A. R. H., M.Si, F. H. L., S. E., M.H, M. A. H., S. H. I., M.M, H. H., S. Hum, ... Mab, D. A. R., S. E. (2022). *Etika Bisnis (Konsep, Teori, Dan Implementasi)*. Media Sains Indonesia.

- Dwi Vita Lestari. (2021). *Buku Ajar Pengantar Manajemen Syariah*. Lembaga Ladang Kata.
- Dwiyanti, S. A. I., & Fitri, A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek Dan Bi)*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.210>
- Faisal, F. B. S. M. A. M. A. D. (2015). *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta). Kencana Prenada Media Group. [http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?P=Show\\_Detail&Id=10325&Keywords=](http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?P=Show_Detail&Id=10325&Keywords=)
- Fauroni, L. (2008). *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*. Pustaka Pesantren.
- Helianthusonfri, J. (2016). *Affiliate Marketing Modal Dengkul*. Elex Media Komputindo.
- Karl, A. G. (2013). *Modernism And The Marketplace: Literary Culture And Consumer Capitalism In Rhys, Woolf, Stein, And Nella Larsen*. Routledge.
- Lesmana, M., Rosmitha, S., & Bimantara, Andika. (2020). *Analisis Penerapan Etika Jual Beli Islami Dalam Meminimalisir Distorsi Pasar Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Induk Giwangan Yogyakarta)*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.26534.04165>
- Mufid, M. (2021). *Fikih Untuk Milenial*. Elex Media Komputindo.
- Muhamim, A. (2017). *Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)* [Undergraduate, Iain Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/319/>

- Muslich, D. H. A. W. (2022). *Fiqh Muamalat*. Amzah.
- Nasir, M. (2020). *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filsafat Dan Teoritis*. Cv. Social Politic Genius (Sign).
- Rahman, S. (2014). *Internet Marketing: Cara Cerdas, Gak Pake Ribet*. Elex Media Komputindo.
- Ratu, E. P., & Tulung, J. E. (2022). The Impact Of Digital Marketing, Sales Promotion, And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchase Intention At Tiktok Shop. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i4.43705>
- Sabiq, S. (2007). *Fiqh*. Pt Grafindo Media Pratama.
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), Article 1. <https://doi.org/10.21580/Ws.19.1.215>
- Sari, I. D. O., & Rahmawati, L. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Ukm Olahan Laut. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55–68.
- Sari, M. N., Wila, F., Azmen, K., Rika, S., & Agus, N. (2022). Analisis Strategi Bisnis Umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop | *Journal Of Economics And Management Scienties*. <http://ojs.hr-institut.id/index.php/jems/article/view/155>
- Sidabalok, S. B. (2016). *Peta Sukses Membangun Kerajaan Bisnis Online*. Elex Media Komputindo.

- Sudirman. (2018). *Fiqh Kontemporer: (Contemporary Studies Of Fiqh)*. Deepublish.
- Sukarto, H. S. (2013). *Sukses Berbisnis Di Internet Dalam 29 Hari*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahid, N. (2019). *Multi Akad Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Deepublish.
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Wigati, S. (2021). *Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam 5.0*. Global Aksara Pres.  
[Http://Repository.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/1226/](http://Repository.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/1226/)
- Yani, M. P. (2016). *Pemasaran Syariah Berbasis E-Marketing*. Ahmad Rajafi.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A