

**KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM
INDONESIA**

SKRIPSI



MELISA AGUSTIN NURILLAHI
NIM : S20192113

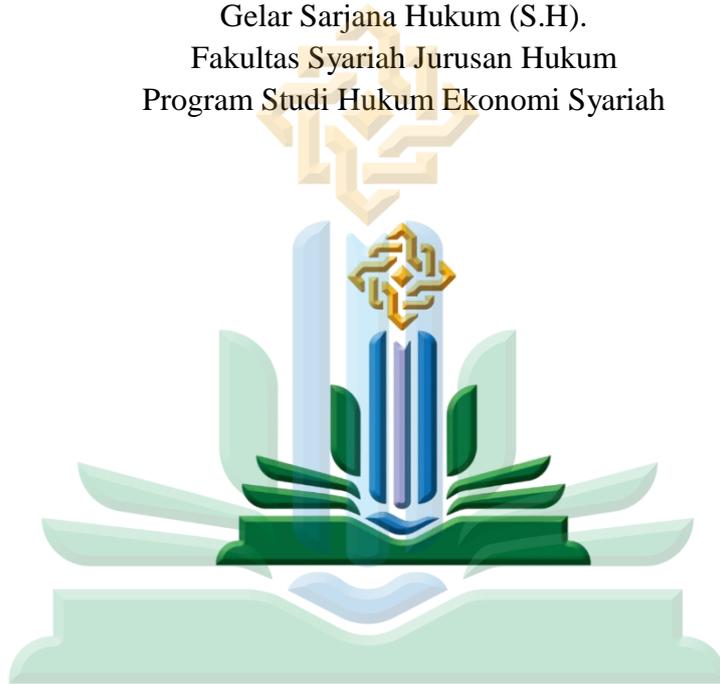
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
2024**

KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM INDONESIA

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H).
Fakultas Syariah Jurusan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Melisa Agustin Nurillahi
NIM. S20192113
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH

2024

KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah Jurusan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

Melisa Agustin Nurillahi

NIM. S20192113



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Rumawi S.H.I., M.H., C.EML

NIP. 198007112010011019

KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM INDONESIA

SKRIPSI

Telah Diuji Dan Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

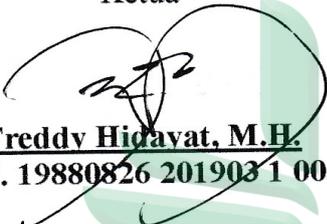
Hari : Selasa

Tanggal : 17 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Freddy Hidayat, M.H.
NIP. 19880826 201903 1 003


Siti Musliffah, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19880921 202321 2 028

Anggota

1. Dr. Martoyo, S.H.I., M.H.
2. Rumawi, S.H.I., M.H., C.EML

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

LEMBER

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah




Dr. Wildan Hefni, MA.
NIP. 199111072018011004

MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil alamin, puji syukur kami ucapkan ke hadirat junjungan ilahi rabbi yang telah memberikan kenikmatan berupa sehat dan umur panjang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat. Tak lupa ucapan syukur kepada Nabi Muhammad SAW yang kelak kami harapkan syafaatnya di hari akhir.

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kedua orang tua saya tercinta Ayah Nasrullah dan Mama Rodiyatin yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.

Diri saya sendiri, Melisa Agustin Nurillahi karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih pula untuk Kakaku Hanibal Ivani dan adikku Madona Alberti yang sudah mendukung serta mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Robbil Alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa, berkat rahmat nikmatnya dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pelaksanaan “Kedudukan Affiliate Marketer Dalam Hukum Indonesia” ini dengan baik. Shalawat dan salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi panutan sebagai uswah serta pemberi risalah bagi umat manusia.

Dalam pengerjaan skripsi ini, sungguh tidaklah mudah. Banyak hambatan dan juga tantangan dalam proses penyelesaiannya. Penulis sadar sebagai makhluk yang lemah dan memiliki keterbatasan tentu masih banyak kesalahan-kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada penulis sendiri yang telah sanggup dan kuat dalam menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan banyak drama dalam proses penyelesaiannya. Tak lupa pula penulis berterima kasih kepada yang terhormat

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima peneliti sebagai mahasiswanya.
2. Bapak Dr. Wildan Hefni, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas yang baik untuk peneliti sehingga peneliti dapat menuntaskan penelitian ini
3. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam melakukan penelitian ini

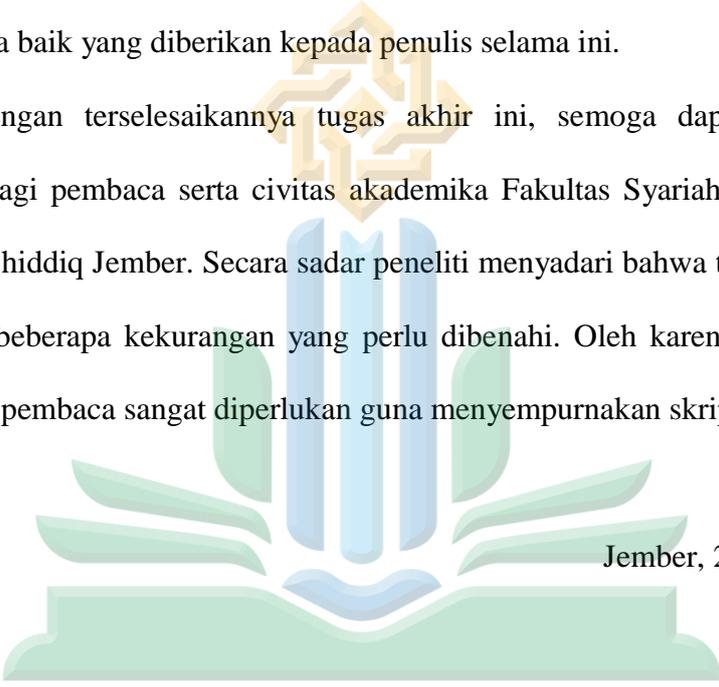
4. Bapak Rumawi, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu terus menerus memberi bimbingan, arahan, saran dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Pejabat dan Staf Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan kepada kami mudah-mudahan memberikan manfaat yang besar bagi peneliti serta yang telah membimbing peneliti dari semester awal sampai bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Nasrullah, Beliau memang bukan seorang Sarjana, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Pintu surgaku, Ibunda Rodiyatin. terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
8. Sahabat penulis. Zainina, Derin, Septi. yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. See you on top, guys.

9. Seluruh teman teman HES angkatan 19 dan teman teman di Fakultas Syariah UIN Khas Jember yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.

10. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.

Dengan terselesaikannya tugas akhir ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta civitas akademika Fakultas Syariah UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember. Secara sadar peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih memiliki beberapa kekurangan yang perlu dibenahi. Oleh karenanya, saran dan kritik dari pembaca sangat diperlukan guna menyempurnakan skripsi ini.

Jember, 24 Oktober 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Penulis
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Melisa Agustin Nurillahi, 2024 : Kedudukan Affiliate Marketer Dalam Hukum Indonesia

Kata Kunci : *Affiliate Marketer, Hukum Indonesia.*

Afiliasi adalah istilah yang sangat penting dalam dunia marketing. Bagi para pengusaha, apabila mereka ingin melakukan ekspansi bisnis dan meningkatkan penjualan, pemahaman di bidang ini tentu dibutuhkan. Bisnis afiliasi artinya cara mendapatkan uang melalui penjualan produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan yang menyediakan program afiliasi dengan bergabung menjadi affiliate marketers dan akan diberikan gaji setelah produk tersebut terjual. Tetapi realitanya, bisnis Affiliate Marketing ini belum diatur secara jelas dalam undang-undang, ketidakadaan undang-undang yang mengatur Affiliate Marketing ini yang menyebabkan adanya ketidakpastian hukum.

Terdapat dua fokus penelitian dalam penelitian ini, 1. Apa Hakikat Affiliate Marketer Dalam Hukum Indonesia? 2. Apakah Affiliate Marketer Dapat Dikualifikasikan Sebagai Makelar Dalam Hukum Indonesia?. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengkaji Hakikat dari Affiliate Marketer dan mendeskripsikan Affiliate Marketing sebagai makelar dalam hukum Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan konseptual, Sumber bahan hukum dalam skripsi ini terdiri dari bahan hukum primer yakni peraturan perundang-undangan, Bahan hukum sekunder terdiri dari buku, jurnal hukum, skripsi, tesis dan karya ilmiah lain serta bahan hukum tersier yakni kamus hukum dan internet. Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi kepustakaan. Dalam menganalisis bahan hukum peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif dan komparatif yang disimpulkan berdasarkan argumentasi.

Hasil penelitian ini adalah 1. Hakikat affiliate marketer dalam hukum di Indonesia adalah individu atau kelompok yang memasarkan produk atau layanan kepada target pembeli melalui link yang terhubung langsung dengan pemilik produk. Affiliate marketer beroperasi dalam bisnis pemasaran dengan menerima komisi berdasarkan persentase penjualan atau kesepakatan lain yang telah ditentukan bersama. Tugas utama mereka adalah membantu pemasaran agar produk lebih dikenal dan mencapai target penjualan yang diharapkan oleh pemilik usaha, biasanya dilakukan melalui kerjasama dengan produsen secara online. Perjanjian dalam affiliate marketing ini menggunakan perjanjian sebagaimana perantara dagang yang diatur dalam KUHP dan KUHD pada umumnya, tentu saja perjanjian yang dilakukan dianggap sah karena tidak menyalahi aturan-aturan dasar perantara dagang dan tetap menjalankan asas-asas perjanjian dengan baik sebagaimana hukum yang berlaku di Indonesia. 2. Kedudukan hukum dalam bisnis afiliasi ini sama seperti pedagang perantara yaitu makelar, Bedanya afiliator yang bekerja dalam affiliate marketing ini menjadi perantara dagang di dunia digital.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
E. Definisi Istilah	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	19
1) Tinjauan Umum Konsep Perjanjian.....	19
1. Pengertian	19
2. Lahirnya Perjanjian	20
3. Subjek & Objek Perjanjian.....	21
4. Syarat sah Perjanjian	22
5. Asas asas Perjanjian	25
6. Bentuk Perjanjian.....	29
7. Prestasi dan Wanprestasi	30

BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Jenis penelitian	64
B. Pendekatan Penelitian	65
C. Bahan Penelitian Hukum	66
D. Tehnik Pengumpulan Bahan Hukum	67
E. Analisis Bahan Hukum	67
BAB IV PEMBAHASAN	69
A. Hakikat Affiliate Marketer Menurut Kitab Undang-undang Hukum Dagang	69
B. Affiliate Marketing Merupakan Makelar dalam Hukum di Indonesia	137
Bab V Penutup	171
A. Kesimpulan	171
B. Saran-saran	172
DAFTAR PUSTAKA	175



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern sekarang ini kegiatan perekonomian masyarakat hampir semuanya menggunakan media teknologi yang berbasis Internet. Indonesia adalah negara hukum, segala sesuatu dari berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat harus berlandaskan pada hukum yang berlaku, hal perekonomian pun tak dapat dikecualikan darinya. Oleh karena itu, hukum pun diharapkan harus bisa mengikuti perkembangan perekonomian yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini.

Sebab hal ini bertujuan agar supaya tidak sampai terjadinya adanya kecaburan norma norma ataupun kekosongan hukum di masyarakat Indonesia. Adanya internet yang menawarkan berbagai fasilitas bagi penggunanya, salah satunya adalah sarana dengan media perniagaan, fasilitas ini bisa digunakan sebagai tempat untuk berbisnis. Dari internet itulah mereka bisa mendapatkan penghasilan dari jutaan bahkan ratusan juta dari hasil perdagangan barang dan jasa secara online di seluruh Indonesia.²

E-Commerce adalah salah satu bentuk dari transaksi yang dilakukan melalui media internet. Dalam melakukan transaksi pada media elektronik para pihak yang menggunakannya tidak perlu lagi melakukan transaksi secara tatap muka secara langsung melainkan bisa langsung bertransaksi

² Mohd Ma'sum Billah, *Applied Islamic E-Commerce Law and Practice* (Selangor Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2005), 37.

menggunakan media online saja.³ Tidak hanya menguntungkan bagi para pebisnis saja melainkan pengguna lainnya atau konsumen juga bisa memanfaatkan internet sebagai sarana untuk memasarkan produk, dengan mengoptimalkan kegunaan dari internet untuk mencari keuntungan berupa materi.

Earn money maker application merupakan aplikasi-aplikasi yang dapat menghasilkan uang atau passive income bagi para penggunanya. Aplikasi-aplikasi ini tidak selalu hanya memberikan berupa uang, tetapi reward yang dibenkan dapat berupa gift (barang) pulsa, maupun sejumlah uang dengan nominal tertentu, ada juga aplikasi yang memberikan reward dalam bentuk koin atau point yang nantinya dapat ditukarkan apabila telah memenuhi minimal penukaran. Para pengguna bisa mendapatkan reward seperti di atas apabila dapat menyelesaikan tugas tugas yang telah ditentukan pada masing-masing aplikasi.⁴

Affiliate Marketing merupakan salah satu bisnis yang salah satu bentuk strategi pemasarannya yaitu harus melibatkan orang ke tiga dari pihak penyedia jasa dan pihak konsumen, sedangkan pihak ke tiga ini disebut sebagai affiliator, dimana dalam program ini memiliki keuntungan bagi penggunanya. Pada program ini, pengguna aplikasi dapat menghasilkan uang melalui program afiliasi yang telah disediakan oleh platform tertentu.

³ Isdiyana kusuma ayu. (2018, Maret). *Peran Pengadilan Negeri Indonesia Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional*. Legality, ISSN: 2549-4600, Vol.26, No.1. h.41.

⁴ Patricia Dhiana Paramita, Apriyanto Budhi Wibowo, "Pelatihan Earn Money Maker Application Smartphone Untuk Meningkatkan Passive Income Warga di Kelurahan Plamongans Ari Kecamatan Pendurungan Kota Semarang" *Jurnal Egaliter* 5, no. 9 (Oktober 2021) him. 51.

Pada program ini mengajak pengguna bekerjasama untuk menawarkan produk-produk yang telah disediakan oleh platform tertentu untuk di promosikan melalui media sosial si pengguna. Media sosial ini seperti Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, Twitter, serta media sosial lainnya dengan syarat media sosial ini masih aktif dan milik asli dari si pengguna. Pengguna bebas membuat konten Sekreatif mungkin untuk mempromosikan produk yang disediakan oleh penyedia jasa.⁵

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 42/POJK.04/2020 Tentang Transaksi Afiliasi dan Transaksi Benturan Kepentingan pada pasal 1 ayat 1d menjaslakn bahwa Afiliasi adalah suatu bentuk hubungan antara suatu perusahaan dengan pihak lain, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dimana perusahaan tersebut mengambil alih dalam mengendalikan suatu sebab tertentu.⁶ Bagi pengguna yang bergabung dalam program afiliasi akan mendapatkan komisi apabila ia telah berhasil mengundang seseorang untuk kemudian melihat dan membeli prodak yang telah ditawarkan tersebut.⁷

Cara kerjanya pun sangat mudah, yakni si affiliate marketer (pelaku affiliate) atau penjual ini tidak perlu menyediakan stok barang. Affiliate marketer ini hanya menawarkan informasi produk tersebut kepada konsumen melalui link yang jika link tersebut di klik akan muncul sebuah foto atau video dari produk yang ditawarkan itu. Jika konsumen tertarik untuk membeli

⁵ Shopee member, *Ingin Punya Penghasilan Tambahan? Yuk, Ikut Shopee Affiliates Program!* https://shopee.co.id/inspirasi_shopee/shopee-affiliates-program/, diakses 01 Maret 2023.

⁶ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 42 /POJK.04/2020 Tentang Transaksi Afiliasi Dan Transaksi Benturan Kepentingan

⁷ Atsna Farihatul Ulya, "*Perlindungan Hukum Terhadap Afiliasi Dalam Praktik Program Afiliasi Lazada.co.id Pada Komunitas Lazabot (Kajian Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Islam)*" (Malang UIN Malik Ibrahim, 2020), him. 2

produk tersebut maka si konsumen dapat melanjutkan transaksinya dengan cara mengklik link dari affiliator tersebut dan produk tersebut akan dikirimkan oleh pihak supplier, merchant atau vendor secara langsung.⁸

Disini merchant atau vendor kedudukannya adalah sebagai suatu perusahaan yang menjual produk barang atau jasa, dimana perusahaan inilah yang nantinya akan memberikan komisi kepada affiliate marketer disetiap penjualannya.⁹ Meskipun pihak affiliate marketer tidak menyediakan stok barang/produk yang diperjual belikan, dan hanya dengan memasarkan produk tersebut lewat link yang berisi foto dan video, tetapi affiliator akan tetap mendapatkan sebuah komisi dari merchant, sebab konsumen sudah membeli produknya melalui link dari affiliator tersebut. Komisi tersebut didapatkan dari besaran presentase hasil penjualan barang yang sudah terjual.¹⁰

Dari hubungan kontraktual para pihak itulah menimbulkan adanya suatu Hak dan kewajiban diantara masing masing belah pihak, dimana Hak dan Kewajiban itu harus dilakukan sesuai dengan isi perjanjian yang tertera.¹¹ Hal ini juga telah disebutkan dalam pasal 1338 ayat (1) dan ayat (2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), bahwasanya dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa semua bentuk persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang yang berlaku maka dapat diartikan bahwa persetujuan tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, serta

⁸ Adnan Rafiqih, *"Sistem Affiliate Dalam Markateplace Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia"* (Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

⁹ Wayne and Kim L.T. Porter, *Affiliate Marketing* 101 (Intellectua.com, 2001), h. 7.

¹⁰ Irfan Ansori, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis AffiliateMarketing Amazon*, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2015)

¹¹ Badrulzaman D Mariam, 2015, *"Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, serta Penjelasan"*, Bandung: Citra Aditya Bakti, halaman 90-91.

persetujuan tersebut tidak dapat ditarik kembali selain tanpa persetujuan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang sudah ditentukan oleh undang-undang.¹²

Dalam program Affiliate Marketing ini, bentuk Hak dari pihak Affiliator adalah ia mendapatkan suatu komisi sesuai dengan apa yang sudah diperjanjikan dengan pihak merchant, kemudian bentuk dari Kewajiban seorang afiliator disini yakni ia wajib melakukan promosi dengan cara mengiklankan produk-produk tertentu dari Merchant dalam bentuk iklan yang berupa link penjualannya pada media sosial miliknya.

Kemudian bentuk dari Hak dari pihak Merchant yakni bahwa pihak pemilik program ini mempunyai hak adalah untuk diiklankan produk-produknya oleh member afiliator melalui media afiliasinya, dan kewajibannya adalah Merchant wajib memberikan sebuah komisi kepada member afiliator jika sudah mencapai target penjualannya.¹³

Berbicara mengenai Perjanjian, seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa dalam program affiliate marketing ini menggunakan Perjanjian yang berbasis Perjanjian Kerjasama Kemitraan, dalam buku KUH Perdata sendiri tidak mengenal dengan istilah Perjanjian Kerjasama Kemitraan, maka dari itu perjanjian tersebut termasuk dalam bentuk Perjanjian tidak bernama (Innomintaat), dan perjanjian ini tertuang dalam KUH Perdata pasal 1319.

Perjanjian kemitraan dan perjanjian kerjasama merupakan perjanjian tidak

¹² Soimin Soedharjo, 2015 “*Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*”, Jakarta: SinarGrafika, halaman 332.

¹³ Alya Izdihar Jayur Sinaga, “*Keabsahan Sistem Affiliate Pada Program Shopee Perspektif KUHperdata*” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Selatan, Medan, 2022).

bernama. Pasal 1319 KUH Perdata menjelaskan bahwa perjanjian tidak bernama tunduk pada peraturan-peraturan umum perjanjian dalam KUHPerdata.¹⁴

Disamping itu, Indonesia sebagai negara hukum memiliki konsep Pancasila yang berperanan sebagai dasar negara Indonesia yang memuat nilai-nilai dasar yang sudah pasti diakui bersama oleh bangsa Indonesia serta menjadi pijakan yang mendasar dalam menerapkan kedaulatan rakyat. Isi dari setiap butiran kalimat Pancasila menjadi patokan bagi negara Indonesia yang kedudukannya sebagai negara hukum, dalam menjalankan fungsinya sebagai negara hukum tersebut maka seyogyanya memperhatikan aspek aspek Pancasila yakni aspek ketuhanan, aspek kemanusiaan, aspek persatuan, aspek kemusyawaratan dan aspek keadilan. Agar negara Indonesia memiliki bangsa yang tetap terjaga dan terpelihara maka dari itu konsep di Indonesia ini harus ditegakkan secara tegas agar tidak menghilangkan ciri khasnya sebagai negara hukum.¹⁵

Dari pemaparan di atas dapat kita ketahui bahwasanya hal tersebut menunjukkan segala kegiatan yang ada di negara Indonesia ini hakikatnya dilindungi oleh hukum dan harus diterapkan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia. Tanpa terkecuali sekalipun kegiatan bisnis di Indonesia yang segala sesuatu terkait strategi para pembisnis di era digital inipun bisa dilindungi oleh hukum sekaligus mendapatkan perlindungan hukum.

¹⁴ Subekti dan Tjitrosudibio, *Op. Cit.*, hlm. 339.

¹⁵ Zulkarnain Ridlwan, Negara Hukum Indonesia Kebalikan *Nachtwachterstaat*, Jurnal Ilmu Hukum Volume, 5 No. 2, 2012, H. 149.

oleh sebab itu untuk menjawab dan mengatasi segala persoalan sedemikian rupa yang mungkin terjadi, hendaknya para pihak penegak hukum menegaskan dan mengatur perihal kegiatan berbisnis termasuk jual beli ini secara jelas dan rinci. Indonesia adalah negara hukum artinya Indonesia selalu mengatur segala hal yang terjadi didalam negaranya dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang tertuang dalam pasal 1 ayat 1 UUD 1945.¹⁶

Realitanya di Indonesia sendiri terkait dengan bisnis yang sedang digandrungi oleh remaja milenial sekarang ini yaitu program Affiliate Marketing belum diatur secara jelas dalam Undang-undang, ketidakadaan undang-undang yang mengatur Affiliate Marketing ini yang menyebabkan adanya ketidakpastian hukum, namun ada beberapa pertauran perundang-undangan yang bisa dijadikan sebagai bahan acuan dalam penyelenggaraan program affiliate Marketing ini.

Serta untuk dapat memastikan keabsahan dari adanya perjanjian kerjasama tersebut serta akibat hukum yang terjadi daripadanya, karenanya perlu dilakukan penelitian guna untuk mengetahui peraturan apa saja yang bisa dijadikan sebagai bahan acuan tersebut, penelitian ini dirasa sangat penting mengingat banyaknya program afiliasi yang sudah mulai menjamur dikalangan masyarakat Indonesia sehingga perjanjian afiliasi sudah mulai marak terjadi, sesuai dengan penjabaran diatas maka dalam hal ini penulis

¹⁶ Pasal 1 ayat (3) UUD 1945

melakukan sebuah riset yang berjudul **KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM INDONESIA**

B. Fokus Penelitian

Dari permasalahan yang penulis tuangkan pada latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi pokok pembahasan Dalam penelitian ini. Rumusan Masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Apa Hakikat Affiliate Marketer menurut Hukum Indonesia?
2. Apakah Affiliate Marketer dapat dikualifikasikan sebagai Makelar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Fokus Penelitian diatas, maka Tujuan Penelitian yang hendak Penulis capai dalam Penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami mengenai Hakikat Affiliate Marketer.
2. Untuk mengetahui apakah Affilliate Marketer ini bisa dikualifikasikan sebagai Makelar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan dibagi menjadi dua macam manfaat, yakni manfaat secara Teoritis dan manfaat secara praktis. Dimana penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pihak lainnya.

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan bisa memberikan sebuah Manfaat Teoritis yang berupa sumbangan atas Ilmu

Pengetahuan dan wawasan bagi akademisi terutama tentang Hukum Islam dan Hukum Positif dibidang Muamalah, khususnya terutama dalam hal praktek perjanjian dengan konsep yang berkaitan dengan perjanjian yang digunakan pada program afiliasi marketing.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambahkan wawasan kepada penulis mengenai pengetahuan terkait peraturan Perjanjian yang digunakan dalam program affiliate marketing.

b. Bagi UIN KHAS Jember

- 1) Sekiranya bisa dipublikasikan pada Jurnal Kampus UIN KHAS Jember.
- 2) Sebagai bahan acuan di perpustakaan Fakultas Syariah UIN KHAS Jember.

c. Bagi Masyarakat

1) Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak yang khususnya berkaitan dengan Member Affiliate agar lebih jeli lagi dalam membuat dan menggunakan konten promosi dalam bertransaksi di sosial media.

2) Penelitian ini diharap bisa dijadikan sebagai sarana informasi, referensi, wawasan dan masukan bagi masyarakat dalam menggunakan media sosial.

d. Bagi Pemerintah

Sebagaimana penelitian ini bisa menjadi gambaran dan bahan masukan bagi pihak pemerintah dalam membuat kebijakan serta menentukan strategi terkait perlindungan hukum kepada pengguna sosial media serta badan hukum diharapkan mampu bertindak dan menangani dengan tepat terhadap segala risiko yang mungkin terjadi pada program affiliate marketing ini.

E. Definisi Istilah

1. Perjanjian

Berdasarkan pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.¹⁷ Menurut Subekti “Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji pada orang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan satu hal”.¹⁸ Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, suatu perjanjian pada hakikatnya telah terjadi dengan adanya sepakat (consensus) dari kedua belah pihak dan mengikat mereka yang membuatnya, layaknya mengikatnya suatu undang-undang.

2. Affiliate Marketing

Affiliate marketing adalah model bisnis di mana affiliate marketer mempromosikan produk atau layanan orang lain, lalu menerima komisi atas

¹⁷ Mariska, Kontrak Hukum, “Kenali Perbedaan Perikatan dan Perjanjian”, <https://kontrakhukum.com/article/ketahui-perbedaan-perikatan-dan-perjanjian>, diakses pada 7 April 2023 Pukul 23:20 WIB.

¹⁸ Soerjono, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2007, hlm. 1.

penjualan yang dihasilkan. Kata Affiliate Marketing ini sendiri merupakan gabungan dari 2 kata, yaitu Affiliate atau Afiliasi dan Marketing. Affiliate atau afiliasi dari KBBI berarti bentuk hubungan pekerjaan antara anggota atau cabang.¹⁹

Sedangkan afiliasi secara harfiah berasal dari kosa kata bahasa Inggris yang berarti ikatan, bergabung, atau juga bisa diterjemahkan sebagai suatu bentuk ikatan kerja antara pihak satu dengan pihak yang lain dan juga biasa kita sebut dengan istilah bisnis.²⁰ Marketing sendiri memiliki arti pemasaran. Jika digabungkan, maka makna dari Affiliate Marketing yakni suatu bentuk kolaborasi pemasaran dengan melibatkan perusahaan, organisasi, anggota atau situs guna mendapatkan sebuah profit \ penghasilan bagi kedua belah pihak yang bersangkutan dalam suatu kesepakatan bersama melalui kegiatan pengiklanan produk.²¹

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan karya ilmiah, terutama dalam penelitian, penting untuk memperhatikan sistematika pembahasan yang menjelaskan secara rinci proses penyusunan setiap babnya. Sistematika ini memastikan bahwa setiap bab dapat diuraikan dengan jelas, runtut, dan valid, sehingga memudahkan pembaca dalam menarik kesimpulan pada tahap akhir penelitian. Dengan

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses dari <https://kbbi.web.id/kajian> tanggal 26 Desember 2022 pukul 14.22 WIB

²⁰ Suwandi Chow, *kaya dari Affiliate Marketing dan forex* (Jakarta; Kompas Gramedi, 2010) 14.

²¹ Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. 2019. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2495>.

mengikuti format penulisan yang sesuai, sistematika pembahasan ini disajikan dalam bentuk deskriptif naratif yang memberikan pemaparan yang terbaik.

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab dengan tujuan agar penelitian dapat disajikan secara terstruktur dan memudahkan pemahaman pembaca terhadap perkembangan yang terjadi dalam penelitian. Pendekatan ini juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi dengan lebih jelas masalah yang sedang diteliti.

BAB I akan mencakup penjelasan tentang latar belakang permasalahan yang kemudian dirumuskan menjadi fokus penelitian. Selain itu, akan diuraikan pula tujuan dan manfaat dari pelaksanaan penelitian ini. Manfaat penelitian akan dibahas secara teoritis maupun praktis. Pada akhirnya, akan dijabarkan pula definisi istilah yang relevan.

BAB II akan membahas kajian pustaka yang memperkenalkan penelitian sebelumnya tentang topik yang sama dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB III akan menjelaskan secara rinci mengenai metode dan jenis penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Ini mencakup jenis pendekatan, teknik pengumpulan dan analisis data, validitas data, serta tahap penyelesaian akhir.

BAB IV akan memaparkan hasil penelitian dengan mendetail, menyajikan data dan analisis secara menyeluruh untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang penelitian. Bab ini berisikan tentang fokus masalah :

- 1) Hakikat Affiliate Marketer dalam Hukum Indonesia
- 2) Affiliate Marketer Merupakan Makelar dalam Hukum Indonesia

BAB V akan menyajikan kesimpulan akhir dari penelitian dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk tetap menjaga keaslian dari penelitian ini, dalam hal ini penulis merasa perlu untuk memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang penulis teliti. Salin itu juga penelitian terdahulu ini dijadikan sebagai bahan refrensi oleh penulis dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian mengenai Kedudukan Affiliate Marketer Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dirasa relevan dengan topik kajian yang akan penulis teliti, yakni :

1. Skripsi Fathur Rahman, Mahasiswa Fakultas Hukum, Tahun 2022 yang Berjudul “Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.”

Skripsi ini merupakan penelitian normatif yang membahas penelitian tentang praktik kerjasama yang dilakukan atau ditujukan kepada peraturan-peraturan yang tertulis. Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis akan lakukan, persamaanya yakni penelitian ini sama sama membahas tentang program affiliate marketin, sedangkan perbedaanya yakni bahwa dalam penelitian

tersebut menggunakan perspektif Hukum Ekonomi Syariah, sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan perspektif KUHD.²²

2. Skripsi Atsna Farihatul Ulya, Mahasiswa Fakultas Syariah, Tahun 2020 yang berjudul “Perlindungan Hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot (Kajian perspektif Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam).”

Skripsi ini merupakan penelitian yuridis empiris yang lebih menekankan pada penyelesaian sengketa bagi para afiliasi dalam program Lazada terkait perbedaan pendapat tentang kerjasama menurut KUH perdata dengan Hukum Islam. Salah satu persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yakni sama sama membahas tentang program afiliasi, dan perbedaannya yaitu dalam penelitian tersebut objek penelitian bisnis affiliate marketing menggunakan aplikasi Lazabot, menggunakan perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam sedangkan dalam penelitian penulis ini pembahasannya berfokus pada Kedudukan Affiliate Marketer menurut Kitab Undang-undang Hukum Dagang²³

3. Skripsi Virda Mar'atus Sholichah dengan judul Tinjauan Fatwa DSNMUI No:62/DSN/MUI/XII/2007/Tentang Akad Jual-beli pada Program Shopee Affiliates, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian field reseach (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif

²² Fathur Rohman, “Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” (Skripsi, Universitas Ibrahimy Situbondo, 2022)

²³ Atsna Farihatul Ulya “Perlindungan Hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot (Kajian perspektif Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam).” (skripsi, Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020).

yang intinya bahwa Program Shopee Affiliates ini merupakan platform yang ditujukan untuk konten kreator untuk menghasilkan uang tambahan dengan proses merekomendasikan dan menjual produk melalui tautan yang disebar di media sosial. Dalam layanan program Affiliate Marketing dengan kesesuaian fatwa DSN MUI sudah memenuhi syarat dalam proses pelaksanaannya, namun apabila terdapat unsur ghoror (kebohongan) yang merugikan salahsatu pihak maka perjanjian tersebut menjadi fasid (rusak) karena salahsatu prinsip dalam bermuamalah adalah saling ridho. Persamaan skripsi ini dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah bahwasanya dalam penelitian ini objek penelitinya yakni sama sama membahas program affiliate marketing sedangkan perbedaanya terletak pada tinjauan hukum nya, pada skripsi yang ditulis oleh Virda Maret'atus Sholichah ini menggunakan perspektif fatwa DSN MUI, sedangkan penelitian yang akan penulis teliti ini menggunakan perspektif Kitab Undang-undang Hukum Dagang.²⁴

4. Skripsi Ahmad Muhaimin yang berjudul “Analisis Strategi Affililiate Marketing terhadap tingkat penjualan perspektif Hukum Ekonomi islam”, skripsi ini menjelaskan mengenai bentuk strategi yang digunakan dalam mempengaruhi tingkat penjualan menggunakan perspektif hukum ekonomi islam, persamaan dengan penelitian ini yakni obejk penelitian yang sama sama menggunakan program Affiliate Marketing dan perbedaanya terletak pada pembahasanya, jika dalam skripsi tersebut lebih berfokus pada

²⁴ Virda Maret'atus Sholichah, *“Tinjauan Fatwa DSNMUI No:62/DSN/MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah pada Program Shopee Affiliates”* (Skripsi, IAIN Kediri, 2022).

bentuk strategi penjualannya dan menggunakan tinjauan hukum ekonomi islam sedangkan pada penelitian kali ini pembahasannya mengenai bentuk perjanjian yang digunakan dalam program affiliate Marketing tersebut serta kedudukan Affiliate Marketer menurut Kitab Undang-undang Hukum Dagang.²⁵

5. Skripsi Roro Ayu Fitri Dwi Wijayanti yang berjudul “Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee *Affiliate*” skripsi ini membahas mengenai perjanjian yang dilakukan antara pihak Shopee dengan *affiliate* merupakan bentuk perjanjian kerjasama kemitraan yang dilakukan secara baku. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian hukum yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama sama membahas mengenai Affiliate marketing serta perjanjian yang digunakan dalam bisnis Affiliate marketing, dan perbedaannya yaitu jika dalam skripsi penulis menekankan pada hakikat dari affiliate marketer dan kedudukan hukum affiliate marketer menurut kitab undang undang hukum dagang, sedangkan penelitian tersebut lebih berfokus pada keabsahan perjanjian yang digunakan dalam bisnis affiliate marketing.²⁶

²⁵ Ahmad Muhaimin “*Analisis Strategi Affililiate Marketing terhadap tingkat penjualan perspektif Hukum Ekonomi islam*”, (Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017).

²⁶ Roro Ayu Fitri Dwi Wijayanti “*Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee Affiliate*”, (Skripsi, Universitas Islam Malang, 2023)

No.	Judul & Nama Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	“Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” yang di tulis oleh Fathur Rahman, Mahasiswa Fakultas Hukum, Tahun 2022	Sama-sama membahas mengenai Affiliate Marketing.	Dalam skripsi ini menggunakan perspektif Hukum dagang dan metode penelitian Normatif.
2	“Perlindungan Hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot (Kajian perspektif Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam).” Yang ditulis oleh Atsna Farihatul Ulya, Mahasiswa Fakultas Syariah, Tahun 2020.	Sama sama membahas program afiliasi.	Dalam skripsi ini menggunakan perpsketif Kitab Undang-undang Hukum Dagang.
3	"Tinjauan Fatwa DSNMUI No:62/DSN/MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah pada Program Shopee Affiliates" yang di tulis oleh Virda Mar'atus Sholichah.	Sama sama membahas Affiliate Marketing sebagai objek penelitian & sama-sama menggunakan metode penelitian Normatif.	Penelitian penulis lebih menekankan kepada hakikat affiliate Marketer dan menggunakan perpsketif Hukum Indonesia.
4	“Analisis Strategi Affililiate Marketing terhadap tingkat penjualan perspektif Hukum Ekonomi islam” yang ditulis oleh Ahmad Muhaimin	Sama sama menggunakan bisnis afiliasi sebagai topik penelitian.	Dalam penelitian ini berfokus pada kedudukan dan hakikat affiliate marketing dalam Hukum Indonesia serta menggunakan metode penelitian normatif.
5	“Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee Affiliate” yang ditulis oleh Roro Ayu Fitri Dwi Wijayanti	sama sama membahas mengenai Affiliate marketing serta perjanjian yang digunakan dalam bisnis Affiliate marketing.	Dalam skripsi penulis menekankan pada hakikat dari affiliate merketer dan kualifikasi Affiliate Marketer sebagai Makelar dalam hukum Indonesia.

B. Kajian Teori

1. Tinjauan Umum Konsep Perjanjian

a. Pengertian Perjanjian

Perjanjian adalah salah satu dari bentuk perikatan selain undang undang. Dalam melakukan suatu hubungan kerjasama pasti tidak bisa dipungkiri dalam mengenal tiga istilah yakni Perjanjian, Kontrak dan Perikatan. Dan dari ketiga istilah tersebut masing masing memiliki pengertian yang berbeda beda pada masing masing istilah. Kontrak dan perikatan sendiri disini memiliki keududukan yakni sebagai bentuk hubungan hukum dari para pihak yang terlibat didalamnya, dan Perjanjian itulah yang disebut dengan Peristiwa Hukum. Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Perjanjian merupakan sebab awal timbulnya suatu Kontrak atau Perikatan.²⁷

Dalam bahasa Belanda sendiri Perjanjian dikenal dengan istilah *overeenkomst* dan dalam bahasa inggris Perjanjian dikenal dengan istilah *agreemengt*, perjanjian sendiri memiliki makna dan arti yang sangat luas dibandingkan dengan pengertian dari Kontrak sendiri, karena perjanjian ini tidak hanya berkaitan dengan bisnis saja tetapi juga berkaitan dengan semua bidang, sedangkan perjanjian yang berkaitan dengan kegiatan bisnis yakni biasa kita kenali dengan istilah Kontrak.²⁸

²⁷ Edmon Makarin, *Kompilasi Hukum telematika*, (Jakarta Utara, RajaGrafindo,2004), 215.

²⁸ Agus Yuda Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas Dalam Asas Kontrak Komersial*, (Jakarta: PranadaMedia, 2010), 14.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari hubungan perjanjian dengan orang lain. Mengetahui makna Perjanjian lebih lanjut, dalam KUHPerdata pasal 1313, dalam pasal tersebut termuat bahwa Perjanjian adalah suatu bentuk perbuatan yang dilakukan dengan mana seseorang mengaitkan\mengkatkan dirinya kepada seseorang lain atau lebih.²⁹

b. Lahirnya Perjanjian

Sesuai pada prinsipnya, untuk bisa menjadikan suatu perjanjian itu benar-benar diakui maka harus ada sebuah kesepakatan. Kata sepakat dalam hal ini adalah bentuk kesepakatan mengenai hal-hal pokok yang ada dalam obyek yang diperjanjikan oleh semua belah pihak yang akan melakukan dan melaksanakan perjanjian tersebut, dan bentuk dari sebuah kesepakatan ini harus atas dasar kemauan para pihak sendiri tanpa adanya suatu paksaan dari pihak lain\manapun.³⁰

Dalam hal ini kata sepakat sangat diperlukan yakni untuk melahirkan suatu bentuk perjanjian yang nantinya bisa dianggap agar diakui bahwa perjanjian tersebut telah tercapai, dan kesepakatan tersebut baru bisa diakui apabila adanya suatu pernyataan yang keluar dari satu pihak dan pernyataan tersebut juga diterima oleh pihak lainnya. Sebagai kesimpulan maka dapat ditetapkan bahwa suatu bentuk perjanjian pada dasarnya tercipta pada detik saat tercapainya

²⁹ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, (Yogyakarta Gadjahmada University Press 2010).

³⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, 26.

kesepakatan, maka sejak itulah lahir bentuk perjanjian pada detik tercapainya sebuah penawaran pada masing masing pihak yang bersangkutan.³¹

c. Subjek & Objek Perjanjian

Dalam suatu perjanjian tidak akan terlepas dari adanya Subjek dan Objek perjanjian, dalam setiap bentuk hubungan perjanjian ada beberapa macam subjek, yang pertama yakni seorang manusia ataupun suatu badan\lembaga hukum yang memperoleh beban kewajiban dalam suatu hal, dan subjek yang kedua yakni seorang manusia ataupun suatu badan\lembaga hukum yang memiliki hak atas pengimplementasi-an dari kewajibannya tersebut.³²

Subjek perjanjian yang berupa seorang manusia maka ia harus memenuhi syarat umum agar bisa untuk melaksanakan tindakan hukum secara sah, adapun syarat tersebut yaitu ia harus dewasa, pikiran yang sehat serta ia tidak boleh melanggar peraturan hukum yang dilarang agar mana ia melakukan perbuatan hukum yang sah.³³

Sedangkan Objek dalam Perjanjian adalah bentuk kebalikan dari Subjek. Objek perjanjian dalam bentuk suatu hubungan perjanjian ialah suatu hal yang diwajibkan kepada pihak yang berwajib (debitor),

³¹ Subekti. 2002. Hukum Perjanjian. Cetakan 19. Jakarta; PT Intermasa BPHN Departemen Kehakiman, Laporan Pengkajian Tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi, 1992 / 1993, Jakarta, hlm.9

³² Ridwan Khairandy, *Pokok-Pokok Hukum Dagang*, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Press, Yogyakarta, 2014, hlm. 13.

³³ *Ibid.*

dan suatu hal yang diwajibkan atas pihak yang berhak (kreditur).³⁴

Dalam perihal hukum perjanjian sendiri mengenai objek perjanjian ini hampir selalu berupa bentuk suatu harta atau benda maupun jasa. Seperti halnya dalam perjanjian jual beli, maka objek dari perjanjian jual beli tersebut harus nyata adanya atau wujudnya yakni berupa benda yang bersangkutan tersebut.³⁵

d. Syarat sah Perjanjian

Suatu perjanjian dapat dikatakan sah dan mengikat para pihak maka perjanjian tersebut harus memenuhi syarat-syarat sebagaimana yang sudah dituangkan pada ketentuan pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yang menyatakan adanya 4 syarat sahnya suatu perjanjian, yakni:³⁶

- 1) *Terdapat sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak yang membuat perjanjian;*
- 2) *Adanya kecakapan para pihak untuk membuat sebuah perjanjian (capacity);*
- 3) *Suatu pokok persoalan tertentu (objek);*
- 4) *Adanya suatu sebab yang Halal (causa).*

Dua syarat pertama di atas yakni dinamakan dengan syarat Sunjektif karena hal itu mengenai subjek atau orang-orang yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan dengan syarat obyektif, karena hal itu mengenai objek

³⁴ *Ibid.*, hlm. 19.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Subekti, 1979, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, hal. 17.

perjanjianya, bentuk dari perbuatan hukum yang dilakukan dalam perjanjian tersebut.³⁷ Hal tersebut diatas akan di uraikan dalam pembahasan sebagai berikut :

- 1) *Terdapat sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak yang membuat perjanjian;*

Sepakat juga bisa diartikan sebagai perizinan, maksudnya jika kedua belah pihak atau subyek perjanjian yang mengadakan perjanjian itu harus menyebut kata sepakat, setuju dalam hal-hal atau pokok-pokok materi yang diperjanjikan. Dengan apa yang sudah dikehendaki oleh satu pihak, maka juga harus dikehendaki pula oleh pihak lainnya. Mereka harus saling menghendaki akan sesuatu yang sudah mereka adakan bersama sama secara timbal balik atas perjanjian yang mereka perbuat.³⁸

- 2) *Adanya kecakapan para pihak untuk membuat sebuah perjanjian (capacity);*

Dalam membuat sebuah perjanjian, maka pihak yang terlibat harus cakap dalam melakukan perbuatan hukum, menurut hukum, cakap yang dimaksud disini yaitu setiap orang yang sudah dewasa atau balig serta sehat akal dan pikirannya. Pasal 1330 KUHPerdara menyebutkan bahwa ada sebagian orang-orang yang dinyatakan tidak cakap untuk membuat perjanjian, yakni :³⁹

³⁷ Subekti, *Hukum Perjanjian*, 17.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid*, hal 18.

- a) Orang-orang yang belum mencapai Dewasa.
- b) Mereka yang masih dibawah pengampuan.
- c) Seorang perempuan yang sudah bersuami (dalam hal ini tidak berlaku semenjak diberlakukanya undang-undang perkawinan).

3) *Suatu* pokok persoalan tertentu (objek);

Dalam melakukan sebuah perjanjian haruslah memiliki objek atau suatu pokok persoalan tertentu, sekurang kurangnya objek perjanjian tersebut harus berupa benda yang wujudnya nyata adanya baik sekarang dan nanti, termasuk wujud dari jumlah, bentuk dan jenis barangnya.⁴⁰ Adapun yang berkaitan dengan objek perjanjian tersebut maka juga harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a) Barang tersebut harus berupa suatu barang yang dapat diperjual belikan.
- b) Berupa barang yang bisa di manfaatkan, untuk barang yang digunakan atau dimanfaatkan untuk keperluan umum seperti pelabuhan, jalan umum, gedung umum, dan sebagainya tidaklah dapat dijadikan sebagai objek perjanjian.
- c) Objek tersebut dapat ditentukan jenisnya dan:
- d) Barang yang akan datang.

⁴⁰ Titik Triwulan Titik, 2010, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta, Kencana, hlm. 226.

4) Adanya suatu sebab yang Halal (causa).

Syarat sah nya perjanjian yang keempat ini adalah kausa hukum yang halal. Hal ini lebih mengacu pada isi dan tujuan dari perjanjian itu sendiri. Misalnya jika dalam perjanjian jual beli, isi tujuan atau kausanya adalah pihak yang satu menghendaki atas hak milik suatu barang, dan pihak yang lainya menghendaki akan uang nya. Dalam pasal 1320 KUHperdata sendiri tidak menjelaskan makna causa ini secara terperinci, melainkan hanya menyebutkan Causa yang terlarang. Dikatakan suatu sebab yang halal menjadi terlarang apabila Causa tersebut bertentangan dengan Undang-undang kesusilaan dan ketertiban umum.⁴¹

e. Asas Perjanjian

Satjipto Raharjo memaparkan bahwa mengenai Asas hukum itu juga bisa disebut sebagai alasan atau landasam untuk menjadikan terbentuknya suatu peraturan hukum atau juga merupakan alasan dan tujuan dari lahirnya peraturan hukum itu sendiri, asas hukum ini juga memuat atas nilai nilai serta cita-cita sosial yang ingin di wujudkan.⁴²

Fungsi dari asas itu sendiri ialah guna menjaga dan mewujudkan standar nilai dan tolak ukur yang tersembunyi didalamnya serta guna melandasi norma norma yang tercakup dalam hukum positif maupun praktik hukumnya. Dari sinibdapat difahami

⁴¹ Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, 34.

⁴² Muhammad Alim, 2010, *Asas-Asas Hukum Modern Dalam Hukum Islam*, Jurnal media hukum Vol 17 no. 1, h. 151-152, diakses tgl 12 maret 2023.

bahwa fungsi dari asas sendiri adalah memberikan keterjalinan peraturan-peraturan hukum, membuka bidang hukum baru, memecahkan masalah baru, membertarkan prinsip-prinsip etikal yang juga merupakan substansi aturan hukum, serta mengkaji ulang ajaran hukum yang sudah ada sehingga dengan ini asas perjanjian ini bisa memunculkan solusi-solusi baru.

Asas-asas hukum perjanjian adalah pokok karena sifatnya yang fundamental, dalam hukum kontrak sendiri yang sering dikenal yakni asas konsensualisme, asas kekuatan mengikat dan asas kebebasan berkontrak.⁴³

1) Asas Konsensualisme

Pada dasarnya perjanjian itu terbentuk karena adanya pertemuan kehendak (*consensus*) dari semua pihak. Perjanjian semua dibuat bebas sesuai kehendak dan kesepakatan semua belah pihak artinya perjanjian ini tidak terikat bentuk sehingga cukup melalui *consensus* belaka tanpa harus melalui secara formil. Serta dalam perjanjian ini cukup ada suatu kata sepakat saja dari mereka yang mengadakan perjanjian tanpa harus diikuti dengan perbuatan-perbuatan hukum lainnya kecuali dalam proses perjanjian yang memang bentuknya bersifat formil.⁴⁴

⁴³ A. Qirom Syamsudin Meliala, *"Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya"*, Yogyakarta, Liberty, 2010

⁴⁴ *Ibid.*

2) Asas Kekuatan Mengikat (Pacta Sun sarvenda)

Asas ini merupakan asas yang memiliki kekuatan mengikat dari sebuah perjanjian. Perjanjian yang dibuat secara sah oleh para pihak maka perjanjian tersebut berlaku seperti undang undang bagi paara pihak yang membuatnya. Maka dari itu pihak ketiga tidak bisa mebndapatkan keuntungan maupun kerugian dari apa yang sudah mereka perbuat. Kecuali jika memang perjanjian tersebut memang dimaksudkan untuk pihak ketiga. Sedangkan maksud dari asas ini sendiri ditujukan untuk memberikan kepastian hukum bagi siapapun pihak yang mengadakan perjanjian.⁴⁵

3) Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak ini merupakan asas yang sangat penting dalam hukum perjanjian. Makna dari kebebasan disini yakni sebagai sebuah perwujudan dari kehendak yang bebas dan bentuk pancaran hak asasi manusia.⁴⁶

Para pihak bebas berkehendak masing masing artinya mereka bebas ,mengikatkan dirinya dengan siapapun yang ia kehendaki. Hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas luasnya kepada siapapun untuk membuat perjanjian apa saja yang berisi apapun itu asalkan tidak melanggar peraturan undang undang ketertiban umum dan kesusilaan. Mereka boleh mengatur sendiri kepentingan mereka didalam sebuah perjanjian yang mereka

⁴⁵ *Ibid*, hal 18.

⁴⁶ Badruzaman, Mariam Darus, 2001, "*Kompilasi Hukum Perikatan*", Bandung: Aditya Bakti.

adakan itu. Kalaupun mereka tidak mengatur sendiri perkara itu, artinya mereka akan tunduk terhadap peraturan yang dibuat oleh undang-undang.⁴⁷

4) Asas I'tikad Baik

Asas ini berkaitan dengan implementasi dari suatu perjanjian yang telah dilaksanakan suatu pihak yaitu agar menghendaki suatu perjanjian agar dilaksanakan dengan i'tikad baik. Asas ini sesuai apa yang tertuang dalam pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata yang berbunyi "Sebuah Perjanjian itu harus dilaksanakan dengan I'tikad baik".

Setiap pihak maupun perorangan yang melaksanakan perjanjian maka ia harus melakukannya dengan dasar Itikad baik, I'tikad baik disini bisa dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu I'tikad baik yang bersifat sub yektif dan i'tikad baik yang bersifat obyektif.

I'tikad baik yang bersifat suyektif ini berupa kejujuran seseorang dalam melakukan perbuatan hukum yaitu apa yang terletak dalam batian seseorang itu pada waktu saat ia melakukan sebuah perbuatan hukum, sedangkan i'tikad baik yang bersifat obyektif yaitu bahwa dalam pelaksanaan perjanjian harus berdasarkan pada norma norma jepatitan atau atas dasar apa yang ia rasakan sesuai dengan apa yang berlaku pada masyarakat.⁴⁸

⁴⁷ Subekti, *Hukum Perjanjian*, 17, 2001.

⁴⁸ A Qirom Syamsudin Meliala, *Op.Cit.*, hlm. 18.

5) Asas Kepribadian

Mengenai asas kepribadian ini berkaitan dengan berlakunya perjanjian. Hal ini tercermin dalam penjelasan Pasal 1315 KUHPdt yang menyebutkan bahwa pada umumnya tidak ada seseorang yang dapat mengikatkan diri berdasarkan atas namanya sendiri atau meminta untuk ditetapkannya suatu janji, melainkan ditujukan bagi dirinya sendiri. Yang mana selanjutnya dipertegas lagi dalam Pasal 1340 KUHPdt yang menyatakan bahwa suatu perjanjian berlaku bagi para pihak yang membuatnya.

f. Bentuk Perjanjian

Dalam melakukan suatu perjanjian, perjanjian ini bisa dilakukan dengan segala bentuk, perjanjian bisa dilakukan dengan cara lisan maupun dengan cara tertulis. Perjanjian yang dilakukan secara lisan sendiri lazimnya digunakan oleh para masyarakat yang masih mengikuti adat istiadat, yakni biasa dilakukan oleh masyarakat yang memiliki ikatan hukum yang sederhana. Sedangkan perjanjian yang dibuat secara tertulis lazimnya digunakan oleh masyarakat yang relatif sudah berkehidupan dengan system yang sudah modern, biasanya digunakan oleh pihak yang berkaitan dengan kontrak bisnis dengan sifat hubungan hukum yang kompleks.

Menurut Subekti, hubungan bisnis itu biasa disebut dengan Kontrak. Tetapi tidak semua perjanjian tertulis tersebut harus diberi judul bentuk hubungan Kontraknya, melainkan menyesuaikan dengan

isi, hal, sifat, materi perjanjian serta kesepakatan para pihak dalam menggunakan istilah dalam perjanjian tersebut.⁴⁹

g. Prestasi dan Wanprestasi

Pada hakikatnya suatu perjanjian dilakukan untuk saling menguntungkan para pihak. Itikad baik (good faith) pada saat memulai kontrak membuktikan bahwa perjanjian dilakukan atas kerelaan dari para pihak. Perjanjian yang dilakukan dan disetujui oleh para pihak akan berlaku ketika perjanjian tersebut dilakukan, sehingga para pihak memiliki kewajiban masing-masing untuk memenuhi prestasi.⁵⁰

Dalam menjalankan suatu kontrak tentu saja terkadang berjalan tidak sesuai dengan kesepakatan atau berjalan dengan mulus, ada kalanya memang kontrak tersebut berjalan dengan rencana awal terkadang pula kontrak tersebut ada yang tidak berjalan baik seluruh maupun sebagiannya pada rencana awal. Jika kontrak tersebut terlaksana secara penuh dan maksimal maka kontrak tersebut dikenal dengan pemenuhan prestasi, atau suatu bentuk kesepakatan pada kontrak tersebut berjalan lancar sesuai perjanjian. Kemudian untuk kontrak yang pelaksanaannya tidak berjalan secara penuh biasanya dikenal dengan sebutan wanprestasi, atau suatu perbuatan yang

⁴⁹ Artadi, I Ketut & Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, *Implementasi Ketentuan-Ketentuan Hukum Perjanjian Kedalam Perancangan Kontrak*, Denpasar: Udayana University Press, 2010, 28.

⁵⁰ Nury Khorijamil & Rumawi, "Implikasi Asas *Pacta Sunt Servanda* Pada Keadaan Memaksa (*Force Majeure*) Dalam Hukum Perjanjian Indonesia" Dalam Jurnal Kertha Semaya, Vol 5 No. 7 Tahun 2020, 1045

mengingkari prestasi yang seharusnya dilakukamn sesuai perjanjian semula. Berikut penjelasan lebih lanjut :

1) Prestasi

Prestasi ialah suatu bentuk tindakan untuk melaksanakan suatu hal yang sudah tertulis dan disepakati dalam kontrak perjanjian oleh kedua belah pihak, sehingga semua pelaksanaan hal itu harus sesuai dengan term dan condition yang sudah disepakati bersama.⁵¹ Karena ketika sudah sampai pada tahap pelaksanaan suatu perjanjian maka para pihak wajib hukumnya dalam melaksanakan apa yang sudah mereka perjanjikan sebelumnya. Prestasi merupakan suatu objek dalam suatu kontrak dalam perikatan yang sudah disepakatai oleh pihak yang bersangkutan.⁵²

Dalam pasal 1234 KUHPerdara sendiri prestasi yaitu dapat berupa melakukan sesuatu, memberikan sesuatu dan tidak melakukan sesuatu.⁵³ Suatu prestasi bisa dikatakan terlaksana jika sudah memenuhi beberapa syarakt berikut ini :⁵⁴

- a) Suatu hal yang bisa ditetapkan.
- b) Adanya jalinan yang erat dengan prestasi yang dilaksanakan yaitu berupa suatu kepentingan, maka dari itu dalam prestasi

⁵¹ VH Silalahi. "Pengertian Prestasi dan wanprestasi Dalam Hukum Kontrak", <https://sciencebooth.com/2013/05/27/pengertian-prestau-dan-wanprestasi-dalam-hukum-kontrak/> diakses pada tanggal 13 Maret 2023

⁵² Djoko Imbawani Atmadjaja, *Hukum Perdata*, (Malang Setara Press, 2016), 87.

⁵³ I Ketut Oka Setiawan, 2016, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, halaman 17.

⁵⁴ Atmadjaja, *Hukum Perdata*, 88-89.

tersebut juga melekat kepentingan yang harus dilakukan oleh kedua belah pihak yang berkepentingan.

- c) Suatu hal yang diperbolehkan, atau sesuatu yang tidak dilarang oleh hukum maupun oleh ketentuan adat yang bermakna positif.
- d) Harus bisa dilaksanakan, secara obyektif prestasi itu harus bisa dilaksanakan agar mana jika suatu saat timbul kesulitan maka tidak menimbulkan wanprestasi.

2) Wanprestasi

Pada saat pelaksanaan pemenuhan suatu prestasi tidak selamanya bisa terlaksana dengan lancar, ada kalanya prestasi tidak bisa dipenuhi karena disebabkan oleh salah satu pihak yang tidak bisa memenuhi prestasi yang sudah diperjanjikan dan disepakati bersama. Keadaan inilah yang disebut dengan wanprestasi.⁵⁵

Menurut Subekti, bentuk wanprestasi yang dilakukan seorang debitur itu sendiri berupa 4 macam, yaitu :⁵⁶

- a) Tidak melakukan prestasi (sesuatu yang sudah disanggupi);
- b) Melakukan prestasi tapi tidak sesuai dengan apa yang sudah diperjanjikan;
- c) Melakukan prestasi tetapi terlambat;
- d) Melakukan suatu hal yang tidak diperbolehkan dalam perjanjian.

⁵⁵ Subekti, 2001, *Hukum Pembuktian*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, hlm. 112

⁵⁶ R. Subekti, 1979, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Internasa, hlm. 45

e) Melakukan prestasi tetapi keliru.

Akibat yang ditimbulkan karena wanprestasi ini ialah kewajiban atau keharusan bagi pihak debitur untuk membayar ganti rugi, ataupun bilamana ada satu pihak yang melakukan wanprestasi maka pihak lain bisa dengan menuntut pembatalan pada perjanjian. Ketika terjadi wanprestasi pasti akan terjadi adanya pelanggaran terhadap kepentingan hukum, suatu kepentingan yang sudah diatur dan dilindungi oleh hukum.⁵⁷

Menurut subekti, adapun akibat yang ditanggung oleh debitur yang melakukan wanprestasi adalah:⁵⁸

- a) Membayar kerugian yang diderita oleh pihak kreditur.
- b) Pemecahan perjanjian atau pembatalan perjanjian dalam kontrak.
- c) Membayar biaya perkara jikalau masalah ini sampai diperkarakan didepan hakim.
- d) Peralihan risiko.

Adapun beberapa perbuatan yang dapat dilakukan oleh debitur ketika debitur melakukan wanprestasi, yaitu:

- a) Menuntut pemenuhan prestasi
- b) Menuntut ganti rugi
- c) Pembatalan perjanjian.

⁵⁷ Nyoman Samuel Kurniawan, *Konsep Wanprestasi Dalam Hukum Perjanjian Dan Konsep Utang Dalam Hukum Kepailitan*, Jurnal Hukum, 2013, hlm 32.

⁵⁸ Ibid., hlm. 46

h. Berakhirnya Kontrak Perjanjian

Batalnya suatu perjanjian diatur pada pasal 1446-1456 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Disebutkan ada tiga penyebab yang menyebabkan pembatalan kontrak perjanjian, yaitu :

- 1) Para pihak yang terlibat dalam kontrak perjanjian belum mencapai ukuran dewasa\masih dibawah umur serta dibawah pengampuan.
- 2) Bentuk perjanjiannya tidak memperhatikan ketentuan ketentuan dalam Undang-undang.
- 3) Adanya cacat kehendak (wilsgrebeken) yaitu adanya kekurangan dalam tuntutan orang yang melakukan perbuatan yang menghalangi terjadinya kesesuaian kehendak pada para piha yang akan terlibat dalam suatu perjanjian yang ada.⁵⁹

Suatu perjanjian dapat dikatakan berakhir jika semua perikatan yang timbul dari perjanjian itu telah dihapus semuanya, berakhirnya perikatan ini bukan berarti juga berakhirnya perjanjian, sedangkan berakhirnya perjanjian otomatis juga mengartikan berakhirnya perikatan, dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa dengan berakhirnya perjanjian ini semua bentuk perikatan-perikatan yang ada dalam perjanjian tersebut itimatis menjadi hapus.

Kitab Undang-undang Perdata pasal 1381 mengatur mengenai alasan alasan yang bisa mengakibatkan hapusnya perikatan, yakni :

⁵⁹ Agus, Salim. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Tiarawacana.2006). hal 172.

- 1) Pembayaran
- 2) Penawaran pembayaran tunai diikuti dengan penyimpanan\ penitipan.
- 3) Novasi (pembaharuan utang)
- 4) Kompensasi (perjumpaan utang)
- 5) Pencampuran utang
- 6) Pembebasan utang
- 7) Musnahnya barang yang terutang
- 8) Batal/pembatalan
- 9) Berlakunya syarat batal
- 10) Kadaluarsa (lewat waktunya).⁶⁰

Jika dicermati lebih dalam lagi apa yang sudah tertera dalam buku KUHPerdara Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terhapusnya suatu perjanjian bisa terjadi karena beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

- 1) Karena pemenuhan perikatan itu sendiri, karena adanya pembayaran, penawaran pembayaran tunai dengan diikuti oleh penyimpanan/penitipan serta pembaharuan hutang.
- 2) Karena terjaidnya suatu peristiwa perdata yang mengharuskan penghapusan kedua belah pihak dalam perikatan, yaitu dalam percampuran hutang dan perjumpaan hutang.

⁶⁰ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Op.cit.*, h. 349.

- 3) Karena terjadinya suatu perbuatan hukum yang menghapuskan kewajiban seorang debitur dalam perikatan, yaitu karena debitur diberikan pembebasan utang oleh kreditur.
- 4) Karena musnahnya objek perjanjian, dalam hal ini kaitannya dengan suatu benda yang harus diserahkan.
- 5) Karena tidak terpenuhinya syarat-syarat dalam perjanjian.
- 6) Terpenuhinya syarat batal dalam suatu perikatan yang bersyarat.
- 7) Karena kadaluarsa/tenggat waktunya sudah lewat.⁶¹

2. Perjanjian dalam E-Commerce

Pada dasarnya perjanjian yang dilakukan melalui media internet sama halnya dengan perjanjian pada biasanya, karena hal ini bisa dibuktikan dengan terpenuhinya syarat-syarat suatu perjanjian pada kegiatan perjanjian pada umumnya. Yakni ketika kata sepakat sudah terucap, kecakapan pada pihak yang membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal; serta terpenuhinya asas-asas perjanjian yang ada pada perjanjian konvensional.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Shabur Miftah Maulana, Laudon mendefinisikan E-Commerce sebagai suatu bentuk proses jual beli produk produk melalui media elektronik, kegiatan ini dilakukan oleh para konsumen dan dari perusahaan dengan media komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis tersebut. Adapun media yang digunakan dalam

⁶¹ Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan Hapusnya Perikatan*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2003),h. 9.

aktifitas E-Commerce tersebut adalah *Word Wide Web Internet*.⁶² Dengan keberadaan E-Commerce ini sendiri menjadikan konsumen memiliki kebebasan tersendiri untuk berbelanja apapun kapanpun dan dimanapun melalui media internet. Disini E-commerce hanya sebagai media penunjang agarmana presentasi penjualan menjadi meningkat dan bentuk bisnis dari toko tersebut bisa dikenal luas oleh masyarakat dengan mudah.⁶³

Awalnya E-commerce ini adalah bentuk kegiatan bisnis yang didalamnya terdiri dari Konsumen (customer), manufaktur (manufacture), penyedia layanan (service provider), dan pedagang perantara (intermediaries) dimana kegiatan ini dilakukan menggunakan jaringan komputer yaitu internet. E-commerce ini sudah meliputi seluruh jaringan komersial.⁶⁴ E-Commerce ini mempunyai kemampuan untuk dapat menjangkau lebih banyak lagi pelanggan serta dapat mendorong berbagai kreatifitas dari pihak penjual secara cepat tepat dan juga penyaluran informasi yang terus menjalani pembaharuan.

Suatu perjanjian dalam bertransaksi online pun harus tetap memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian. Karena pada dasarnya prinsip yang dianut oleh KUHPdata adalah prinsip yang universal untuk semua

⁶² Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan Hapusnya Perikatan*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2003),h. 9.

⁶³ Shabur Miftah Maulana dkk, “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015): 3.

⁶⁴ Muhammad Amir Udin, “Perancangan dan Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjual Produk Herbal Pada Toko La Roiba”, *Universitas Dian Nuswantoro*, (Februari, 2014), h. 5

bentuk transaksi. Perkembangan teknologi sudah pasti tidak bisa di hindari dan karena pemahaman yang berkembang selama ini, adapun syarat perjanjian yang sudah tertera pada pasal 1320 KUHPerdara hanya berlaku untuk digunakan pada perjanjian transaksi konvensional saja, padahal tidak seperti itu halnya. Perkembangan teknologi ini salah satu dari bentuk hakikat teknologi. Adapun realitas teknologi ini sebenarnya hanya berperan agar bisa menjadikan hubungan hukum konvensional bisa berlangsung secara efektif dan efisien.

Berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia sendiri yakni Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 atas perubahan Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 bahwasanya undang undang ini mengatur tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa Transaksi Elektronik adalah suatu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan jejaring komputer atau media elektronik lainnya.⁶⁵

Transaksi perjanjian yang dilakukan secara online tidak juga tidak begitu berbeda dengan transaksi biasanya, dalam melakukan transaksi online, kewajiban/tanggung jawab masing masing pihak tetap berada pada kendali pada mereka yang terlibat dalam transaksi tersebut. Setidaknya ada empat pihak yang mesti terlibat dalam transaksi online tersebut yakni : pihak perusahaan penyedia barang, pihak pembeli, pihak perantara dan pihak penyedia jasa.

⁶⁵ Undang-Undang Nomor 19 Pasal 1 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 ayat (2)

Sama seperti syarat sahnya perjanjian kontrak pada umumnya, keabsahan suatu transaksi elektronik sebenarnya tidak perlu diragukan lagi sepanjang transaksi tersebut sesuai dan memenuhi syarat syarat kontrak perjanjian. Dalam hukum Indonesia sendiri sepanjang transaksi tersebut terdapat kesepakatan para pihak, cakap mereka yang membuatnya, atas suatu hal tertentu dan berdasarkan suatu sebab yang halal maka transaksi tersebut bisa dikatakan sebagai transaksi yang sah, meskipun transaksi tersebut dilakukan dengan proses elektronik.

3. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologi terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli.⁶⁶

Sedangkan dalam bahasa arab lafazh البيع merupakan bentuk masdar. باع - يبيع - يبيع - يبيعا - مبيعا.⁶⁷ Dr. Wahbah al-Zuhaili dalam kitab al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu menerangkan:

البيع لغة: مُقَابَلُهُ شَيْءٍ بِشَيْءٍ⁶⁸

Artinya: jual beli menurut bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.

⁶⁶ Suhrawardi K. Lubis, Hukum Ekonomi Islam (Jakarta: Sinar Grafika, 2004). 128.

⁶⁷ A.W. Munawir, Kamus Al-Munawwir Arab Indonesia (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1984). 135.)

⁶⁸ Wahbah al-Zuhaili, Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu, Juz 4, (Damaskus: Darul Fikr. 1985). 344

Adapun defisini jual beli secara terminologi berdasarkan pendapat para ulama sebagai berikut:

1) Hanafiyah membagi definisi jual beli kedalam dua macam, yaitu:

a) Definisi dalam arti umum, yaitu :

وَهُوَ بَيْعُ الْعَيْنِ بِالتَّقْدِيرِ الذَّهَبِ وَالْفِصَّةِ وَتَحْرِهَا أَوْ مُبَادَلَةُ السَّلْعَةِ بِالْقَدْرِ أَوْ تَحْرِهَا عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ⁶⁹

Artinya: "Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus.

b) Definisi dalam arti khusus, yaitu:

وَهُوَ مُبَادَلَةُ الْمَالِ بِالْمَالِ عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ⁷⁰

Artinya: "Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus."

2) Malikiyah membagi definisi jual beli ke dalam dua macam, yaitu dalam arti umum dan arti khusus.⁷¹

فَهُوَ عَقْدٌ مُعَارَضَةٌ عَلَى غَيْرِ مَنَافِعٍ وَلَا مُنْعَةَ لَذَّةٍ⁷²

Artinya: "Jual beli adalah akad mu'awadhah (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan."

Akad jual beli yang dimana benda yang ditukar adalah dzat (berbentuk), berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaat atau hasilnya.

⁶⁹ Adurrahman Al-Jazairy, *Khitabul Fiqih Alal Madzahib al-Arba'Ah*, Juz 2. (Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiah, 1990). h. 134.

⁷⁰ Adurrahman Al-Jazairy, *Khitabul Fiqih 'Alal Madzahib al-Arba Ah*, h. 134

⁷¹ Adurrahman Al-Jazairy, *Khitabul Fiqih 'Alal Madzahib al-Arba Ah*, h. 135

⁷² Syamsudin Muhammad ar-Ramli, *Nihayah Al-Muhtaj*, Juz 3. (Beirut: Dar al-Fikr, 2004). h. 204

b. Definisi dalam arti khusus, yaitu:

فَهُوَ عَقْدٌ مُعَاوَضَةٌ عَلَى غَيْرِ مَنَافِعٍ وَلَا مُنْعَةٍ لَدَىٰ أَوْ مُكَابَسَةٌ أَحَدٌ عَوَضِيهِ غَيْرُ ذَهَبٍ وَلَا فِضَّةٍ
مُعَيَّنٍ غَيْرِ الدِّينِ فِيهِ⁷³

Artinya "Jual beli adalah akad mu'awadhah (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, objeknya jelas bukan utang."

Jual beli dalam arti khusus ialah ikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan emas dan bukan pula perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada seketika (tidak ditangguhkan), tidak merupakan utang baik barang itu ada di hadapan pembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat- sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.⁷⁴

1) Imam Syafi'i memberikan definisi jual beli sebagai berikut.

فَأَصْلُ الْبَيْعِ كُلُّهَا مَبَاحٌ إِذَا كَانَتْ بَرَضًا الْمَتَّبِعِينَ الْجَائِزِي الْأَمْرَ فِيمَا تَبَاعٍ

Artinya "jual beli yaitu pada prinsipnya, praktik jual beli itu diperbolehkan apabila dilandasi dengan keridhaan (kerelaan) dua orang yang diperbolehkan mengadakan jual beli barang yang diperbolehkan." 16 Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, Al Umm, Juz 4.⁷⁵

2) Hanabilah memberikan definisi jual beli sebagai berikut.

معنى البيع في الشرع مبادلة مالي بمالي أو مبادلة منفعة مباح على التأييد غير ربا أو قرض

Artinya: "Pengertian jual beli menurut syara adalah tukar menukar harta dengan harta, atau tukar-menukar manfaat mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan utang."⁷⁶

⁷³ Syamsudin Muhammad ar-Ramli, Nihayah Al-Muhtaj,... h. 372

⁷⁴ Hendi Suhendi, Figh Muamalah. h. 69

⁷⁵ Beirut: Dar al- Wafa, 2001) hal.5

⁷⁶ Ahmad Wardi Muslich, Figh Muamalat, (Jakarta, AMZAH 2013), h. 176.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) pasal 20 (2) menyebutkan "ba'i adalah jual beli antara benda dengan benda atau penukaran benda dengan uang".⁷⁷ Dalam Pasal 1457 KUHPerdara diuraikan bahwasanya yang dimaksud jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan".⁷⁸

Beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa secara garis besar jual beli adalah tukar menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan oleh syara'⁷⁹ atau menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas kerelaan kedua belah pihak.⁸⁰

c. Dasar Hukum Jual Beli

1) Al-Qur'an

a) Q. S. An-Nisa ayyat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ⁸¹

Artinya "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil,

⁷⁷ Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (Bandung: Fokuspedia, 2008), h. 14.

⁷⁸ Wahyu Kuncoro, Risiko Transaksi Jual Beli Properti, Ist ed. (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2015), h. 8.

⁷⁹ Amir Syarifuddin, Garis-Garis Besar Fiqh (Jakarta: Kencana, 2003). h. 193

⁸⁰ Zainal Abidin Ibnu Mas'ud, Fiqih Madzhab Syafi'i (Bandung: Pustaka Setia, 2007). Hal.22

⁸¹ Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, Al Umm. h. 5

kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu."

Allah SWT. melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara-cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syari'at seperti riba", perjudian, dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hukum syariat. Allah mengecualikan dari larangan ini pencarian harta dengan jalan perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.⁸²

b) Q. S. Al-Baqarah ayat 275

إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا ، وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا⁸³

Artinya: "Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Sesuatu yang dapat memberikan manfaat kepada hamba-hamba Nya, maka Allah SWT. perbolehkan dan sesuatu yang membahayakan, maka Allah SWT larang.⁸⁴

c) Al-Hadits

سئل النبي صلى الله عليه وسلم : أي الكذب أطيب ؟ فقال : عمل الرجل بيده وكل بيع

مبْرُورٍ (رواه البزار والحاكم)⁸⁵

⁸² Ibnu Katsir, Tafsir Al Qur'an al-A'dzim, Jilid 1. (Makkah: Daru al-Hadits, 2011). h. 259

⁸³ Muhammad bin Qasim al- Ghozi, Fath Al-Qarib al- Mujib Jakarta: Dar al-Kutub 590. Islami, 2014). h. 84.

⁸⁴ Ibnu Katsir, Tafsir al-Qur'an al-A'dzim, Jilid 1, (Makkah Daru al-Hadits, 2011), h.404

Artinya: "Rasulullah saw. ditanya oleh salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati."⁸⁶

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dipahami dalam jual beli terdapat masa Khiyar (memilih antara membatalkan atau meneruskan jual-beli) selama belum berpisah, apabila keduanya saling melakukan jual beli tanpa melakukan hak pilih bagi keduanya, maka akad itu dianggap sah. Jujur dalam Muamalah merupakan sebab barakah di dunia dan akhirat.

d) Ijma'

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدلُّ الدليل على تحريمها

Artinya: "Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."⁸⁷

Maksud kaidah ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah atau musyarakah), perwakilan dan lain-lain, kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.

Ijma' ulama dari berbagai kalangan mazhab telah bersepakat akan disyariatkannya dan dihalalkannya jual beli. Jual beli sebagai muamalah melalui sistem barter telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang dan memberi legitimasi dan

⁸⁵ Al Hafidh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Bulughal Maram Min Adillatil Ahkam*, penerjemah Achmad Sunarto, Cetakan Pertama, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), h. 288.

⁸⁶ HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim

⁸⁷ Ahmad Djazali, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 130.

memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.⁸⁸ Berdasarkan pada penjelasan kandungan ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah serta ijma Ulama, maka hukum jual beli adalah boleh, bahkan hukum jual beli bisa berubah sesuai situasi dan kondisi

d. Rukun dan Syarat Jual Beli

Sebagai salah satu dasar jual beli, rukun dan syarat merupakan hal yang sangat penting, sebab tanpa rukun dan syarat maka jual beli tersebut tidak sah hukumnya. Olehkarena itu islam telah mengatur tentang rukun dan syarat jual beli.

Dalam menetapkan rukun jual-beli, para ulama berbeda pendapat. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli hanya ada dua, ijab dan qabul, yang dilakukan dengan prinsip adanya kerelaan dari kedua belah pihak untuk saling menukar kepemilikan, baik berupa ucapan maupun perbuatan. (Isnawati Rais dan Hasanudin, Fiqih Muamalah Dan Aplikasinya Pada Lembaga Keuangan Syariah.⁸⁹

Sedangkan jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada tiga, yaitu:

- 1) Shighat (pernyataan ijab dan qabul).
- 2) 'Aqidain (dua pihak yang melakukan akad)

⁸⁸ Imam Mustofa, Fiqih Mu'amalah (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2015), 22.

⁸⁹ (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 68.

3) Ma'qud 'alaih (objek akad).⁹⁰

Adapun syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut:

1) Syarat orang yang berakad

Para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat:

1) Berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah. Adapun anak kecil yang sudah mumayyiz, menurut ulama Hanafiyah, apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah. Sebaliknya, apabila akad itu membawa kerugian bagi dirinya, seperti meminjamkan hartanya kepada orang lain, mewakafkan, atau menghibahkannya, maka tindakan hukumnya ini tidak boleh dilaksanakan. Apabila transaksi yang dilakukan anak kecil yang telah mumayyiz mengandung manfaat dan mudharat sekaligus, seperti jual beli, sewa menyewa, dan perserikatan dagang, maka transaksi ini hukumnya sah, jika walinya mengizinkan.

2) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual, sekaligus pembeli. Misalnya, Ahmad menjual

⁹⁰ Azharudin Lathif, Fiqh Muamalat (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), 64,

sekaligus membeli barangnya sendiri. Jual beli seperti ini tidak sah.⁹¹

2) Syarat shighat (Ijab dan Qabul)

Shighat dalam jual beli merupakan suatu yang sangat penting dalam jual beli, sebab tanpa adanya shighat (ijab dan qabul) maka jual beli tidak sah. Sebagaimana menurut ulama Syafi'iyah:

لا يَتَعَيَّدُ الْبَيْعُ إِلَّا بِالصَّعَةِ الْكَلَامَةِ

Artinya: "Tidak sah akad jual beli kecuali dengan shighat (ijab dan qabul) yang diucapkan."⁹²

Adapun syarat-syarat shighat sebagai berikut:

- 1) Satu sama lainnya berhubungan disuatu tempat tanpa ada pemisah yang merusak.
- 2) Ada kesepakatan ijab dengan qabul pada barang yang saling mereka rela berupa barang yang dijual dan harga barang. Jika sekiranya kedua belah pihak tidak sepakat, jual beli (akad) dinyatakan tidak sah.
- 3) Tidak disangkutkan dengan sesuatu urusan, seperti perkataan saya jual jika saya jadi pergi dan perkataan lain yang serupa.
- 4) Tidak berwaktu, artinya tidak boleh berjual beli dalam tempo waktu yang tertentu atau jual beli yang sifatnya sementara waktu.⁹³

⁹¹ Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, 115-116.

⁹² Adurrahman Al-Jazairy, Khitabul Fiqih 'Alal Madzahib al-Arba'Ah, 134.)

- 5) Adapun jual beli yang menjadi kebiasaan, misalnya jual beli sesuatu yang menjadi kebutuhan sehari-hari tidak disyaratkan ijab dan qabul, ini adalah pendapat jumhur.⁹⁴
- 6) Menurut fatwa ulama Syafi'iyah, jual beli barang-barang yang kecil pun harus ijab dan qabul, tetapi menurut Imam An-Nawawi dan ulama Muta akhirin Syafi'iyah berpendirian bahwa boleh jual beli barang-barang yang kecil dengan tanpa ijab dan qabul seperti membeli sebungkus rokok.⁹⁵
- 3) Syarat Ma'qud 'Alaih (objek akad)
- a) Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua belah pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Abu Daud dan Tirmidzi sebagai berikut.⁹⁶

لا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Artinya: "Janganlah engkau jual barang yang bukan milikmu."⁹⁷

- 1) Barang yang dijual merupakan benda yang bernilai atau bermanfaat.⁹⁸

⁹³ Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah, Jilid 12. (Bandung: PT. Almaarif, n.d.), 50.

⁹⁴ Muhammad Al-Kahlani Ibn Ismai'l, Subuh Al-Salam, Juz 2. (Bandung: Dahlan, 1998), 4.

⁹⁵ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, 71.

⁹⁶ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, cet. Kedua), h. 104

⁹⁷ H.R. Abu Daud dan Tirmidzi

⁹⁸ Isnawati Rais dan Hasanudin, Fiqh Muamalah dan Aplikasinya pada Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011 cet. Pertama), h. 69.

2) Barang yang dijual harus maujud (ada). Oleh karena itu, tidak sah jual beli barang yang tidak ada (ma 'dum) atau yang dikhawatirkan tidak ada. Seperti jual beli anak unta yang masih dalam kandungan, atau jual beli buah-buahan yang belum tampak.⁹⁹

Syarat objek yang diperjual belikan dalam KHES pasal 76 adalah:

- a) Barang yang dijualbelikan harus sudah ada.
- b) Barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan.
- c) Barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu.
- d) Barang yang dijualbelikan halal.
- e) Barang yang dijualbelikan diketahui oleh pembeli.
- f) Kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui,
- g) Penunjukkan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan jika barang itu ada di tempat jual beli.
- h) Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut.
- i) Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.¹⁰⁰

⁹⁹ A. Wardi Muslich, Fiqh Muamalat, Cetakan 2. (Jakarta: Ikrar Mandiriabadi, 2013), 189.

¹⁰⁰ Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah, 29.

4. Macam-Macam Akad Jual Beli

a. Pengertian Akad

Akad berasal dari bahasa Arab yaitu al-aqd yang secara bahasa berarti perjanjian, perikatan, dan permufakata (al-ittifaq). Dalam kaidah fikih, akad didefinisikan dengan pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan qabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh kepada objek perikatan.¹⁰¹

Secara terminologi pengertian akad, ada beberapa pendapat salah satu diantaranya adalah Wahbah al-Zuhayli dalam kitabnya al-Fiqh Al-Islam wa Adillatuh yang dikutip oleh Dimyauddin Djuwaini bahwa akad adalah hubungan/keterkaitan antara ijab dan qabul atau dikursus yang dibenarkan oleh syara dan memiliki implikasi hukum tertentu.¹⁰²

Sedangkan menurut Hasbi Ash-Shiddieqy bahwa akad adalah perikatan antara ijab dengan qabul yang dibenarkan syara yang menetapkan keridaan kedua belah pihak.¹⁰³

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yang dimaksud dengan akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.¹⁰⁴

¹⁰¹ Abdul Rahman Ghazaly dkk, Fiqh Muamalat, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 50.

¹⁰² Dimyauddin Djuwaini, Pengantar Fiqh Muamalah (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 48.

¹⁰³ T.M Hasby Ash-Shiddieqy, Pengantar Fiqh Muamalah (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 21.

¹⁰⁴ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 72.

Berdasarkan definisi di atas bahwasanya akad adalah sebuah perbuatan yang sengaja dibuat dengan kehendak sendiri ataupun memang butuh dalam menciptakannya oleh kedua belah pihak berdasarkan kerelaan antara keduanya yang melakukan akad dan memiliki implikasi hukum bagi mereka yang berakad.

b. Macam-Macam Akad Jual Beli

Akad tijarah adalah segala macam perjanjian yang menyangkut for profit transaction. Akad ini bertujuan untuk mencari keuntungan, karena itu bersifat komersil. Contoh akad tijarah adalah akad-akad investasi, jual beli, dan sewa-menyewa. Yang termasuk akad rijarah yaitu, murabahah, salam, istishna, ijarah, dan musyarakah.¹⁰⁵

1) Murabahah

Murabahah atau disebut juga ba 'bitsmanil ajil. Kata murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan). Sehingga murabahah berarti saling menguntungkan. Secara sederhana murabahah berarti jual beli barang ditambah keuntungan yang disepakati.

Jual beli secara murabahah secara terminologis adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan. (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Akad ini merupakan salah satu bentuk natural certainty contracts,

¹⁰⁵ Adiwarmarman A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 70.

karena dalam murabahah ditentukan berapa required rate profit-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).¹⁰⁶

2) Dasar Hukum Murabahah.

Dasar hukum murabahah. Allah swt berfirman daam Al-Qur'an:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."¹⁰⁷

Adapun dari hadist tentang murabahah adalah sebagai berikut:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالسَّعِيرِ الْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

Artinya: "Rasalullah Saw, bersabda: Tiga hal yang di dalamnya terdapat barakah jual beli yang memberi tempo, peminjaman, dan campuran gandum dengan jelai untuk dikonsumsi orang-orang rumah bukan untuk dijual." (HR. Ibnu Majah)

3) Syarat dan Rukun Murabahah

Syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi murabahah meliputi hal-hal sebagai berikut:¹⁰⁸

a) Jual beli murabahah harus dilakukan atas barang yang telah dimiliki (hak kepemilikan telah berada ditangan si penjual).

Artinya, keuntungan dan resiko barang tersebut ada pada penjual sebagai konsekuensi dari kepemilikan yang timbul dari akad yang sah.

¹⁰⁶ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, 136.

¹⁰⁷ QS. Al-Baqarah: 275

¹⁰⁸ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, 137.

- b) Adanya kejelasan informasi mengenai besarnya modal dan biaya-biaya lain yang lazim dikeluarkan dalam jual beli pada suatu komoditas, semuanya harus diketahui pembeli sebagai salah satu syarat sah murabahah.
- c) Adanya informasi yang jelas tentang keuntungan.
- d) Dalam sistem murabahah, penjual boleh menetapkan syarat pada pembeli untuk menjamin kerusakan yang tidak tampak pada barang, tetapi lebih baik syarat seperti itu tidak ditetapkan, karena pengawasan barang merupakan kewajiban penjual disamping untuk menjaga kepercayaan yang sebaik-baiknya.

c. Bai' as-Salam

Jual beli salam dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan dengan jual beli pesanan. Secara terminologis, para ulama fiqh mendefinisikannya dengan: "Menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari."¹⁰⁹

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang.¹¹⁰

¹⁰⁹ Azharudin Lathif, Fiqh Muamalat, 110.

¹¹⁰ Azharudin Lathif, Fiqh Muamalat, 110,

1) Dasar Hukum

Yang menjadi dalil pelaksanaan jual beli salam yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذْ تَدَايَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: Wahai orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.¹¹¹ Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. datang ke Madinah dimana penduduknya melakukan salaf (salam) dalam buah-buahan dalam (untuk jangka waktu) satu, dua, dan tiga tahun. Beliau berkata,

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَّعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَّعْلُومٍ

Artinya: "Barang siapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui."

2) Rukun dan Syarat-syarat as-Salam

Sebagaimana jual beli pada umumnya, jual beli salam hanya akan sah bila dilakukan sesuai dengan rukun dan syaratnya.

Adapun rukun jual beli salam yaitu:¹¹²

- a) Pembeli (Muslam)
- b) Penjual (muslam alaih)
- c) Modal atau uang (al-tsaman)
- d) Barang (muslam fih)
- e) Ucapan (shighat)

Syarat jual beli salam, antara lain:

- a) Syarat orang yang berakad (al-Aqid): Ulama Malikiyah dan Hanafiyah mensyaratkan aqid harus berakal, yakni sudah

¹¹¹ Q. S. Al- Baqarah: 282

¹¹² Azharudin Lathif, Figh Muamalat, 110.

mumayyiz, anak yang agak besar yang pembicaraan dan jawaban yang dilontarkan dapat dipahami, serta berumur 7 tahun. Oleh karena itu, anak kecil, orang gila dan orang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun miliknya.¹¹³

Sedangkan ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mensyaratkan aqid harus baligh, berakal, telah mampu memelihara agama dan hartanya. Dengan demikian, ulama Hanabilah membolehkan seorang anak kecil membeli barang yang sederhana atas seizin walinya.¹¹⁴

- 3) Syarat terkait dengan pembayaran atau harga, antara lain:
 - a) Alat bayar harus diketahui dengan jumlah dan jenisnya oleh pihak yang terlibat dalam transaksi.
 - b) Pembayaran harus dilakukan seluruhnya ketika akad telah disepakati.
 - c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.¹¹⁵
- 4) Syarat yang terkait dengan barang, diantaranya:
 - a. Barangnya menjadi utang atau tanggungan bagi penjual. Dengan demikian, barang pesanan yang telah menjadi tanggungan pihak penjual, keberadaannya tidak boleh diserahkan kepada pihak lain.

¹¹³ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, 74.

¹¹⁴ Rahmat Syafi'i, Fiqih Muamalah (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 54.

¹¹⁵ Muhammad, Model-Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah (Yogyakarta: UII Press, 2009), 79.

- b. Komoditinya harus dengan sifat-sifat yang jelas misalnya dengan disebutkan jenis, warna, ciri-ciri, macam, dan ukurannya.¹¹⁶
- c. Barang yang dipesan harus selalu tersedia di pasaran sejak akad berlangsung sampai tiba waktu penyerahan. Aturan ini ditetapkan guna menjamin sebuah kepastian dapat diserahkannya barang tersebut tepat pada waktunya.
- d. Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari. Barangnya dapat diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (pendapat Ulama Hanafiyah, Malikiyah, dan Hanabilah). Akan tetapi, Ulama Syafi'iyah menyatakan bahwa dalam jual beli pesanan boleh saja barang diserahkan waktu akad, sebagaimana dibolehkan penyerahannya pada waktu yang disepakati bersama, sehingga memperkecil kemungkinan terjadi penipuan.¹¹⁷
- e. Disebutkan penyerahan barang.

5. Istishna

a. Pengertian Istishna

Istishna berasal dari kata shana'a yang artinya meminta dibuatkan sesuatu. Pengertian istishna' menurut istilah tidak jauh berbeda menurut bahasa. Wahbah Zuhaili mengemukakan pengertian

¹¹⁶ Abdul Fatah Idris, Kifayatul Akhyar Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 141.

¹¹⁷ Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, 150.

istishna' adalah suatu akad beserta seorang produsen untuk mengerjakan sesuatu yang dinyatakan dalam perjanjian yakni akad untuk membeli sesuatu yang akan dibuat oleh seorang produsen, dan barang serta pekerjaan dari pihak produsen tersebut.¹¹⁸

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, istishna adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dan pihak penjual.¹¹⁹

b. Perbedaan istishna dengan salam

Istishna merupakan salah satu bentuk dari jual beli salam, hanya saja objek yang diperjanjikan berupa manufacture order atau kontrak produksi. Salam berlaku umum untuk barang yang dibuat dan lainnya. Adapun istishna khusus bagi sesuatu yang disyaratkan untuk membuatnya, dalam salam juga disyaratkan membayar dimuka, sedangkan istishna tidak disyaratkan demikian.

c. Dasar Hukum Istishna

Mengingat bai' al-ishtisna merupakan lanjutan dari bai' as-salam maka secara umum landasan syariah yang berlaku pada bai' as-salam juga berlaku pada bai' al-istishna".

Allah swt. berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذْ تَدَايَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

¹¹⁸ Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Muamalat, 252-253.

¹¹⁹ Pasal 20 ayat (10)

Artinya: Wahai orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.¹²⁰

Berdasarkan Sunnah Nabi Muhammad SAW, bahwa beliau pernah minta dibuatkan cincin sebagaimana yang diriwayatkan Imam Bukhari, sebagai berikut: " Dari Ibnu Umar r.a, bahwa Rasulullah SAW minta dibuatkan cincin dari emas. Beliau memakainya dan meletakkan batu mata cincin di bagian dalam telapak tangan. Orang-orang pun membuat cincin. Kemudian beliau duduk di atas mimbar, melepas cincinnya, dan bersabda, "Sesungguhnya aku tadinya memakai cincin ini dan aku letakkan batu mata cincin ini di bagian dalam telapak tangan." Kemudian beliau membuang cincinnya dan bersabda, "Demi Allah, aku tidak akan memakainya selamanya. Kemudian membuang cincin mereka." (HR. Bukhari)

d. Rukun dan Syarat Istishna

Rukun yang harus dipenuhi dalam akad istishna ada beberapa hal, yaitu:

- 1) Pemesan (mustashni")
- 2) Penjual atau pembuat (shani")
- 3) Barang atau benda (mashnu")
- 4) Harga (tsaman)
- 5) Pernyataan kesepakatan (shigat ijab qabul)

¹²⁰ Q. S. Al- Baqarah: 282

Adapun syarat yang terdapat pada akad istishna adalah:

- 1) Kriteria objek harus jelas. Kejelasan kriteria ini sangat penting untuk menghilangkan unsur jahalah (sulit diidentifikasi) yang menjadikan akad ini batal.
- 2) Objeknya itu sendiri sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- 3) Jangka waktu pesanan harus jelas.

6. Ijarah

a. Pengertian Ijarah

Ijarah adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Atau transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.¹²¹

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ijarah adalah sewa barang dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran.¹²²

b. Dasar Hukum Ijarah

1) Al-Qur'an,

Surat Al-Baqarah ayat 233:

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ وَتَقُوا اللَّهَ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: "Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

¹²¹ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, 247.

¹²² Pasal 20 ayat (9)

2) Al-Hadits

رَوَى ابْنُ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اخْتَجَمَ وَأَعْطَى الْحَجَّامَ أَجْرَهُ

Artinya: Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Rasulullah SAW bersabda: "Berbekamlah kamu, kemudian berikanlah olehmu upahnya kepada tukang bekam itu.

c. Syarat dan Rukun Ijarah

Rukun ijarah menurut mayoritas ulama terdiri atas empat unsur, yaitu 'aqidain (mu'jir dan musta jir) atau dua pelaku akad, sighat (ijab dan qabul), upah dan manfaat barang.¹²³

Syarat ijarah terdiri dari empat macam, sebagaimana syarat jual beli, yaitu syarth al-in'iqad (syarat terjadinya akad), syarth an-nafadz (berlangsungnya akad), syarat sahnya akad dan syarat lazim (syarat mengikatnya akad).¹²⁴

7. Musyarakah

a. Pengertian Musyarakah

Syirkah secara etimologis mempunyai arti percampuran (ikhlithath), yakni bercampurnya salah satu dari dua harta dengan harta lainnya, tanpa dapat dibedakan antara keduanya.¹²⁵

Secara terminologis Musyarakah adalah suatu perjanjian antara dua atau beberapa pemilik modal atau menyertakan modalnya pada suatu proyek, dimana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta, mewakilkan atau menggugurkan haknya dalam

¹²³ Rahmat Syafi'I, Fiqih Muamalah, 125.

¹²⁴ Wahbah az-Zuhaili, Fiqh Islam wa Adilatuhu, ter. Abdul Hayyie dkk. (Depok: Dar. Al-Fikr, 2011), h. 389.

¹²⁵ Rahmat Syafi'I, Fiqih Muamalah, 183.

menejemen proyek. Keuntungan dari hasil hasil usaha bersama ini dapat dibagikan baik menurut proposal penyertaan modal masing-masing maupun sesuai dengan kesepakatan bersama. Manakala merugikan kewajiban hanya sebatas modal masing-masing.¹²⁶

Dalam buku Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 20 ayat (3), syirkah adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.

b. Dasar Hukum Musyarakah

1) Al-Qur'an

Allah swt. berfirman dalam Al-Qur'an surat as-Shaad ayat 24:

وَأَنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya: "... Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian dari mereka berbuat zalim kepada sebagian lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh, dan amat sedikitlah mereka ini...".

2) Al-Hadits

عن أبي هريرة رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ

Artinya: Dari Abu Hurairah, Rasulullah saw. bersabda, "Sesungguhnya Allah Azza wa Jalla berfirman, 'aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya.¹²⁷

¹²⁶ Karmen A. Perwaatmadja, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Pt. Dana Inakti Primayasa, 1999), 22.

¹²⁷ HR. Abu Daud no. 2936, dalam kitab al- Buyu, dan Hakim.

c. Rukun dan Syarat Musyarakah

Adapun rukun akad musyarakah yang harus dipenuhi dalam transaksi sebagai berikut:

- 1) Pelaku akad yaitu para mitra usaha
- 2) Objek akad yaitu modal, keuntungan, ijab dan qabul

Sedangkan syarat akad pembiayaan musyarakah ada tiga yaitu:

- 1) Dua pihak transaktor yang memiliki kompetensi beraktivitas. Boleh dilakukan bersama non muslim, asal dia tidak dibiarkan mengoperasikan modal sendirian, karena khawatir akan memasuki berbagai bentuk usaha yang diharamkan.¹²⁸
- 2) Objek transaksi yakni modal, usaha dan keuntungan. Modal syaratnya harus diketahui dan harus ada ketika dilakukan transaksi pembelian, tidak boleh berupa hutang di tangan orang yang kesulitan membayarnya.¹²⁹
- 3) Pelafalan perjanjian, yakni yang disebut ijab dan qabul. Pelafalan ini dapat dilakukan dengan segala cara yang dapat mengindikasikan kearah terlaksananya perjanjian, baik berupa ucapan maupun tindakan.¹³⁰

8. Wakalah

a. Pengertian Wakalah

Wakalah atau Wikalah merupakan isim masdar yang secara etimologis bermakna taukil, yaitu menyerahkan, mewakilkan, dan

¹²⁸ Muhammad, Dasar-Dasar Perbankan Syariah, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2008), 140.

¹²⁹ Muhammad, Dasar-Dasar Perbankan Syariah, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2008), 140.

¹³⁰ Muhammad, Dasar-Dasar Perbankan Syariah, 140.

menjaga. Adapun makna secara terminologis yaitu mewakilkan yang dilakukan orang yang punya hak tasharruf kepada orang yang juga memiliki tasharruf tentang sesuatu yang boleh diwakilkan.¹³¹

b. Dasar Hukum Wakalah

1) Al-Qur'an

فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ وَلْيَتَلَقَّفِ
وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا

Artinya: "Maka suruhlah salah seorang di antara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, dan bawalah sebagian makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan jangan sekali-kali menceritakan halmu kepada siapa pun."¹³²

c. Al-Hadits

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ أَبَا رَافِعٍ وَرَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ فَرُجَاهُ مَيْمُونَةُ بِنْتُ
الْحَارِثِ

Artinya: "Bahwasanya Rasulullah saw, mewakilkan kepada Abu Rafi dan seorang Anshar untuk mewakilinya menikahi Maimunah binti Harits."

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹³¹ Mardani, Figh Ekonomi Syariah, 300.

¹³² Q. S. Al-Kahfi: 18-19

BAB III

METODE PENELITIAN

Peter Mahmud Marzuki, menyatakan bahwa : “Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi”.¹³³ Agar bisa mendapatkan penelitian dengan hasil yang maksimal, maka dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti yakni meliputi:

A. Jenis penelitian

Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.¹³⁴ Berdasarkan definisi tersebut diatas, maka jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian tesis ini adalah penelitian hukum normatif, karena peneliti menggunakan bahan-bahan kepustakaan sebagai data utama untuk menganalisis kasus, dan penulis tidak melakukan penelitian lapangan.

Pendekatan Perundang-undangan ini dilakukan untuk mencari sebuah kepastian hukum dari rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu terkait dengan Hakikat Affiliate Marketer dan Kualifikasi Affiliate Marketer sebagai Makelar dalam Hukum Indonesia. Oleh sebab itu pendekatan Perundang-undangan ini berfungsi dalam memastikan aturan tetap yang mengatur mengenai kedua rumusan masalah diatas, sehingga peneliti bisa

¹³³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, halaman 35.

¹³⁴ Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Group, 2007, halaman 35.

dengan mudah membahas isu hukum yang diangkatnya dengan aturan aturan pasti yang sudah tertuang dalam Perundang-undangan.¹³⁵

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulisan yakni pendekatan Perundang-undangan (Statute Aproach). Yang dimaksud dengan pendekatan Perundang-undangan ini adalah metode pendekatan yang wajib digunakan dalam penelitian bahan hukum normatif. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah semua peraturan yang ada pada Perundang-undangan serta bentuk reguler hang mempunyai keterkaitan langsung dengan isu hukum yang sedang dikaji. Ketika dalam melakukan penelitian, pendekatan Perundang-undangan ini akan membuka sebuah kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari dan memahami adakah kesesuaian dan konsistensi antara suatu undang-undang dengan undang-undang yang lainnya, atau juga antara Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan regulasinya dengan undang-undang.¹³⁶

Pendekatan selanjutnya adalah pendekatan konseptual (conxeptual approach) karena dalam permasalahan pada penelitian ini membahas mengenai Perjanjian yang digunakan dalam program Affiliate Marketing. Pendekatan penelitian konseptual ini merupakan penelitian hukum yang berdasarkan aspek aspek dan norma norma hukum yang melatarbelakanginya, selain itu pendekatan konseptual ini juga bisa dilihat dari nilai-nilai yang

¹³⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), H. 177.

¹³⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019) h. 136

terkandung dalam sebuah norma peraturan yang kaitannya dengan konsep-konsep yang digunakan . Lebih dari itu dengan mempelajari dan memahami doktrin-doktrin serta pandangan dalam ilmu hukum, maka peneliti bisa menemukan ide-ide yang melahirkan asas-asas hukum yang sesuai dengan isu hukum yang dihadapi. Pemahaman yang lahir dari pandangan serta doktrin tersebutlah yang akan dijadikan patokan bagi peneliti dalam melanjutkan suatu bentuk argumentasi hukum untuk memecahkan isu yang sedang diteliti.¹³⁷

C. Bahan Penelitian Hukum

Bahan hukum yang peneliti gunakan dalam penelitian Normatif ini ada 3 macam bahan hukum yakni :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah jenis Bahan hukum yang sifatnya mengikat, dan memiliki otoritas. Adapun Bahan hukum primer ini terdiri dari Perundang-undangan, Norma, Kaidah, dan putusan hakim.¹³⁸ Antara lain :

- a. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- c. Kitab Undang-undang Hukum Dagang
- d. Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹³⁷ *Ibid*, h. 177.

¹³⁸ *Ibid*, H. 133.

2. Bahan Hukum Sekunder

Sumber hukum sekunder merupakan salah satu bahan penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber-sumber penelitian yang dalam hal ini sumber hukum sekunder yang dimaksud berupa buku, jurnal dan penelitian lainnya yang membahas tentang pokok penelitian yang sama.¹³⁹

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang mendukung serta memberi petunjuk atas bahan hukum primer dan sekunder, bahan hukum tersier ini berfungsi memberikan pemahaman serta penjelasan. Seperti KBBI, Kamus Hukum, ensiklopedia dan lain lain.

D. Tehnik Pengumpulan Bahan Hukum

Apabila didalam penelitian sudah menyebutkan pendekatan perundang-undangan, maka yang harus dilakukan yaitu mencari peraturan perundang-undangan mengenai isu hukum tersebut. Perundang-undangan dalam hal ini meliputi legislation maupun regulation bahkan juga delegated legislation dan delegated regulation. Sebab itu untuk memecahkan suatu isu hukum harus menelusuri banyak produk peraturan-perundangan bahkan undang-undang yang tidak langsung berkaitan.¹⁴⁰

E. Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian normatif ada beberapa tahapan dalam melakukan analisis yakni sebagai berikut:¹⁴¹

¹³⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2009) hlm 113

¹⁴⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.93.

¹⁴¹ *Ibid*, hlm 113

1. Merumuskan asas-asas hukum
2. Merumuskan pengertian-pengertian hukum
3. Pembentukan standar-standar hukum
4. Perumusan kaidah-kaidah hukum.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Analisis Hakikat Affiliate Marketer Dalam Hukum Indonesia & Hukum Ekonomi Syariah

1. Pengertian Hakikat Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Berdasarkan Kamus Bahasa

Secara bahasa *Affiliate Marketer* merupakan istilah berbahasa Inggris. Dalam konteks hukum Indonesia, istilah *Affiliate marketer* tidak secara eksplisit diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum dagang (KUHD), karena konsep pemasaran afiliasi merupakan konsep modern yang muncul dengan berkembangnya teknologi internet dan *e-commerce*. Namun, jika kita melihat dalam Kamus besar Berbahasa Indonesia (KBBI) secara terminologi dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Kata afiliasi dalam KBBI didefinisikan sebagai hubungan atau kerja sama antara satu pihak dengan pihak lain dalam suatu organisasi atau usaha¹⁴².
- b. Sedangkan *marketer* atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan pemasaran adalah orang yang memasarkan produk atau jasa kepada masyarakat¹⁴³.

¹⁴² Kamus Besar bahasa Indonesia di kunjungi pada tanggal 25 Oktober 2014 Pukul 20:00 WIB <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/afiliasi>

¹⁴³ Kamus Besar bahasa Indonesia di kunjungi pada tanggal 25 Oktober 2014 Pukul 20:00 WIB <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemasaran>

Berdasarkan definisi tersebut *Affiliate Marketer* dapat diartikan secara bahasa dengan individu atau pihak yang terafiliasi dengan perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan tertentu dan mendapatkan komisi atau imbalan atas setiap penjualan atau tindakan yang terjadi melalui referensinya.

Sedangkan dalam kamus bahasa Inggris, istilah *Affiliate Marketer* juga tidak selalu ditemukan dalam bentuk yang spesifik. Namun, istilah ini bisa diuraikan melalui arti kata *affiliate* dan *marketer* sebagai berikut;

a. *Affiliate*

- 1) Dalam *Oxford English Dictionary* (OED), *affiliate* berarti seseorang atau suatu entitas yang berubungan atau berafiliasi dengan organisasi tertentu untuk tujuan tertentu.¹⁴⁴
- 2) Kamus *Merriam Webster* juga mendefinisikan *affiliate* sebagai suatu hubungan resmi atau kerja sama dengan perusahaan atau organisasi.¹⁴⁵

b. *Marketer*

- 1) Dalam *Oxford English Dictionary* (OED), sebagai seseorang yang memasarkan produk atau layanan kepada publik.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Oxford English Dictionary, diakses pada 26 Oktober 2024, <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=affiliate>

¹⁴⁵ Merriam Webster, diakses pada 26 Oktober 2024, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/affiliate>

¹⁴⁶ Oxford English Dictionary, diakses pada 26 Oktober 2024, <https://www.oed.com/search/dictionary/?q=Marketer>

- 2) Kamus *Merriam Webster* juga mendefinisikan *marketer* adalah orang yang terlibat dalam promosi dan penjualan produk atau layanan.¹⁴⁷

Dalam konteks pemasaran digital, *affiliate marketer* adalah orang atau entitas yang menggunakan platform online (situs web, blog, media sosial) untuk mempromosikan produk atau layanan milik pihak lain, dengan imbalan berupa komisi berdasarkan keberhasilan penjualan atau tindakan yang dirujuk ke situs web perusahaan.

Dalam bahasa Arab, *affiliate marketer* dapat diterjemahkan dan dipahami dari makna dasar kata *affiliate* dan *marketer*; meskipun istilah ini mungkin tidak memiliki padanan langsung yang spesifik. Berikut penjelasan mengenai istilah ini dalam bahasa Arab;

- 1) *Affiliate*

Dalam bahasa Arab, kata *affiliate* dapat diartikan sebagai *tabi'* atau *muntasib* yang berarti *terkait, terafiliasi* atau berhubungan dengan entitas tertentu. Juga disebut dengan istilah syarakah yang berarti *kerja sama* atau *kemitraan*.

- 2) *Marketer*

Berdasarkan kedua terjemah ini, dapat diterjemahkan secara bahasa, bahwa *affiliate marketer* disebut *musawwiq tabi'* yang berarti *pemasar afiliasi* atau *musawwiq bi al-umulah* yang artinya *pemasar berkomisi*.

¹⁴⁷ Merriam Webster, diakses pada tanggal 26 Oktober, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/marketer>

Sehingga *affiliate marketer* dapat diartikan dengan seorang individu atau entitas yang memasarkan produk maupun layanan atas nama perusahaan lain dengan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang dihasilkan melalui rujukannya.

2. Pengertian Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

Tidak adanya regulasi khusus terhadap hukum kedudukan *affiliate marketer* ini dalam hukum positif Indonesia saat ini maka bukan berarti tidak bisa digunakan dengan regulasi hukum yang ada. Oleh karenanya penulis meneliti dengan merujuk hukum positif Indonesia yang relevan dipakai sekarang seperti UU ITE, UUPK yang dikaitkan dengan sistem *affiliate marketer* ini sehingga dapat ditinjau dan diuraikan sebagai berikut.

Pasal 1 ayat (2) UU ITE, menjelaskan transaksi elektronik merupakan tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.¹⁴⁸ Pasal 17 ayat (1) UU ITE juga menyatakan bahwa transaksi elektronik dapat dilakukan di lingkungan publik maupun privat. Oleh karena itu, ini memberikan kesempatan bagi individu, perusahaan, pemerintah, dan masyarakat umum untuk menggunakan teknologi informasi dalam melakukan transaksi elektronik.¹⁴⁹

¹⁴⁸ “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 Pasal 1 ayat (2) Tahun 2008.” t.t.

¹⁴⁹ Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 pasal 17 ayat (1) Tahun 2008.

Dalam praktik penggunaan sistem *affiliate* dalam *sosial Commerce*, para *affiliate* marketer bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas tentang setiap produk atau barang yang akan dijual kepada konsumen. Maka dengan ini harus sesuai prinsip dan aturan yang dijelaskan dalam UU ITE, yaitu menggunakan teknologi informasi dengan bijaksana, bertanggung jawab, efektif, dan efisien untuk memberikan manfaat maksimal bagi para konsumen.

Walaupun belum ada regulasi yang secara spesifik mengatur penggunaan sistem *affiliate marketing*, penting bagi pelaku atau pengguna sistem *affiliate* untuk memahami dan mematuhi ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Para *affiliate* marketer juga haruslah patuh dengan ketentuan Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang melarang penyebaran berita palsu atau menyesatkan yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik. “setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik”¹⁵⁰.

Pihak pelaku sistem *affiliate* haruslah Bertanggung jawab dan tidak diizinkan melakukan tindakan yang dapat merugikan para konsumen atau calon pembeli. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat mengakibatkan sanksi pidana sesuai dengan Pasal 45 ayat (2): “setiap orang yang

¹⁵⁰ “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 Tahun 2008 Pasal 28 ayat (1).” t.t.

memenuhi unsur sebagaimana yang dimaksud pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)".¹⁵¹

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), terdapat peraturan mengenai pengawasan terkait sistem *affiliate* ini, yang diatur dalam Pasal 10. Pasal ini melarang pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai beberapa hal, termasuk:

- a. Harga atau tarif barang dan/atau jasa;
- b. Manfaat atau kegunaan barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak, atau ganti rugi atas barang dan/atau jasa;
- d. Penawaran potongan harga atau hadiah menarik;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.¹⁵²

Dalam penjelasan sebelumnya, tidak terdapat ketentuan sistem *affiliate* di sosial *Commerce*. Penting bagi pengguna untuk mencatat bahwa dalam hal melakukan penawaran atau promosi kepada konsumen, mereka perlu menjauhi segala tindakan yang melanggar hukum, seperti manipulasi data elektronik, pencucian uang, atau pembuatan pesanan palsu semata-mata untuk memperoleh komisi.

¹⁵¹ "Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," t.t.

¹⁵² "Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Pasal 10.," .

Tindakan-tindakan seperti itu jelas melanggar Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 19 Tahun 2016, khususnya Pasal 35 dan Pasal 51 ayat (1), yang dapat dikenai hukuman penjara maksimal 12 tahun dan/atau denda hingga dua belas miliar rupiah bagi setiap individu yang melakukan manipulasi Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik untuk dianggap sebagai data yang autentik.¹⁵³

Berdasarkan penelitian dalam jurnal dan sumber-sumber lainnya, para *affiliate marketer* memiliki tujuan untuk menarik pengguna dengan tujuan mendapatkan penghasilan dari internet tanpa modal besar. Dengan menjadi *affiliate marketer*, mereka dapat mempromosikan produk atau layanan sesuai minat mereka dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan melalui tautan *affiliate* tersebut. Dalam konteks ini, peran pemerintah dalam mengawasi sistem *affiliate* melalui regulasi diperlukan.

Di Indonesia, peraturan operasional terkait aplikasi E-commerce yang menyediakan program *affiliate marketing* dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Regulasi ini mencakup perizinan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui Sistem Elektronik. Tujuannya adalah untuk menyediakan kerangka regulasi yang jelas dan memastikan bahwa semua platform e-commerce penyedia layanan *affiliate marketing* dioperasikan

¹⁵³ “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 35 dan jo Pasal 51 ayat (1).” t.t.

sesuai dengan standar ekonomi Indonesia. Selain itu, barang yang diperjualbelikan harus memiliki izin dan memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.¹⁵⁴

Hukum yang berlaku di Indonesia mengamanatkan bahwa platform e-commerce harus mendapatkan izin dari Menteri Perdagangan sebagai badan regulator yang mengurus masalah ekonomi di Indonesia.

Adapun dasar legalitas penggunaan platform *E-Commerce* juga terletak di pada Peraturan Menteri Perdagangan (Permenag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang perdagangan melalui sistem elektronik, hal ini karena sifat dari semua platform e-commerce bisa di gunakan sebagai sosial commere yang dimana merupakan penyelenggara platform media sosial yang menyediakan opsi, menu, atau fasilitas khusus yang memungkinkan para pedagang (*Merchant*) untuk menampilkan penawaran barang dan/atau jasa. Regulasi ini juga mencakup, perizinan pelaku usaha dalam negeri atau luar negeri, persyaratan teknis melakukan kegiatan usaha, iklan elektronik, serta sanksi administratif dan ketentuan lainnya.

Dengan adanya regulasi ini, diharapkan penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dapat beroperasi dengan sesuai standar yang di tetapkan oleh Peraturan Menteri Perdagangan.¹⁵⁵

Dalam praktiknya, affiliate marketer juga dapat dilihat dari peraturan yang lebih mengakomodir perkembangan dunia industri dan marketing.

¹⁵⁴ “Permendag No. 31 Tahun 2023,” Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 24 desember 2024, <http://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>.

¹⁵⁵ “Permendag No. 31/2023 tentang Pelaku Usaha dalam PMSE,”

*Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang memberikan kerangka hukum lebih relevan bagi kegiatan pemasaran digital di Indonesia.*¹⁵⁶

Secara keseluruhan, penjelasan di atas telah menjelaskan bagaimana penggunaan sistem affiliate yang sesuai dengan regulasi undang-undang yang ada dan legalitas penggunaan layanan periklanan atau promosi dalam sosial Commerce di Indonesia. Dalam hal ini berarti yang terkait dengan regulasi hukum positif yaitu tentang layanan periklanan atau promosi dalam transaksi elektronik, seperti Undang-Undang ITE, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Menteri Perdagangan. Pemerintah, melalui Menteri Perdagangan, memiliki peran dalam memberikan izin dan melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan melalui sistem elektronik (PMSE). Dengan adanya regulasi dan mekanisme yang ditetapkan, diharapkan penggunaan sistem affiliate dalam sosial Commerce dapat berjalan secara efektif, aman dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, sehingga melindungi kepentingan konsumen dan meningkatkan kepercayaan dalam transaksi elektronik di Indonesia.

¹⁵⁶ Johan Wahyudi, *Dokumen Elektronik Sebagai Alat Bukti Pada Pembuktian Di Pengadilan*, Jurnal Perspektif Vol. 17 Nomor 2 Tahun 2012, hal 123.

3. Pengertian Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Berdasarkan beberapa Ahli.

Affiliate marketing adalah proses dimana suatu produk atau layanan yang di kembangkan dalam satu kesatuan (bisnis *e-commerce*, orang per orang atau kombinasi) yang di jual oleh penjual aktif lainnya dengan pembagian keuntungan. Entitas produk dapat memberikan beberapa materi pemasaran (surat penjualan, link affiliate, fasilitas pelacakan). Namun sebagian besar hubungan pemasaran affiliate berasal dari bisnis *e-commerce* yang menawarkan program afiliasi.¹⁵⁷

Pat Flynn dari Smart Passive Income, menyebutkan definisi affiliate marketing sebagai proses penawaran sebuah produk menggunakan jasa afiliasi. Selain itu, menurut perusahaan pemasaran ternama asal Amerika Serikat, CJ Affiliate menyatakan bahwa pemasaran afiliasi merupakan sebuah proses promosi dari produk maupun jasa terdapat tiga sisi, yaitu penjual, afiliasi, serta konsumen.¹⁵⁸

Menurut Galaugher., pemasaran afiliasi diklasifikasikan sebagai jenis periklanan online, di mana pedagang berbagi persentase pendapatan penjualan yang dihasilkan oleh setiap pelanggan, yang datang ke situs web perusahaan melalui penyedia konten. Penyedia konten, juga disebut sebagai afiliasi, biasanya menempatkan iklan online (misalnya spanduk atau tautan teks) di situs webnya. Ketika pengunjung mengklik iklan,

¹⁵⁷ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta 2012, hal 212

¹⁵⁸ Jefrely Helianthusonfri, *1 Juta Pertama Anda Dari Affiliate Marketing*, Gramedia, Jakarta 2014, hal 18

mereka diarahkan ke situs web pedagang dan afiliasi dilacak oleh cookie yang disimpan di komputer pengunjung.¹⁵⁹

Menurut pendapat Prayitno, Affiliate Marketing merupakan sebuah sistem upah yang berbasis komisi yang akan diberikan oleh para pemilik produk kepada orang yang nantinya akan mempromosikan produk yang ditawarkan kepada orang lain¹⁶⁰. Adapun sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk ini adalah Affiliator. Apabila Affiliator mampu mempengaruhi konsumen sehingga nantinya konsumen akan melakukan kunjungan pada sebuah website yang di iklankan, hingga pada tahap akhir konsumen akan melakukan sebuah transaksi pembelian berkat pengiklanan dari Affiliator, maka Affiliator akan mendapatkan sebuah komisi. Sederhana nya, Affiliate Marketing ini adalah penawaran jasa pengiklanan yang dilakukan oleh seseorang untuk membantu memasarkan produk yang apabila sampai pada tahap transaksi maka akan mendapatkan komisi.

4. Sejarah Perkembangan Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

a. Sejarah Perkembangan Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang di Indonesia

¹⁵⁹ Gallagher, John M, Pat Auger, and Anat Barnir, *revenue Streams and Digital Content Providers: an Empirical Investigation*, Information & Management, Vol. 38 Nomor 7 Tahun 2001, hal. 476.

¹⁶⁰ Prayitno dan Anggia, *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Likuiditas terhadap Harga Saham Sektor Properti di Bursa Efek 2001-2006*, Diss Universitas Widyatama, Jakarta 2008, hal 56

Sejarah perkembangan *Affiliate Marketer* dalam konteks KUHD di Indonesia mencerminkan evolusi konsep pemasaran digital dan regulasi yang mengatur praktik bisnis. Meskipun *Affiliate Marketer* sebagai model bisnis tidak diatur secara langsung dalam KUHD, ada beberapa poin penting yang dapat diuraikan mengenai sejarah perkembangan *Affiliate Marketer* dan relevansinya dengan KUHD.¹⁶¹

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang di Indonesia disahkan pada tahun 1847, tentu hal tersebut sangat jauh dari munculnya konsep *Affiliate Marketer*¹⁶². Akan tetapi, dalam KUHD terdapat konsep yang diatur dalam pasal-pasal yang hampir atau bahkan menjadi landasan keberadaan *Affiliate Marketer* di Indonesia. Secara spesifik tidak ada, namun jika ditelisik lebih detail konsep *Affiliate Marketer* ini serupa dengan konsep makelar yang diatur dalam KUHD yaitu dalam Pasal 62 sampai dengan Pasal 74. Selain itu, *Affiliate Marketer* juga lebih condong sebagai konsep kemitraan perdagangan dalam KUHD¹⁶³.

Munculnya *Affiliate Marketer* secara global pada pertengahan tahun 1990 oleh seorang pengusaha asal Amerika Serikat yaitu William J. Tobin. Ia merupakan pendiri perusahaan PC Flowers & Gifts yang bergerak dibidang penjualan namun menggunakan konsep pedagang perantara sebagai mitra untuk mencari konsumen atau pembeli dengan

¹⁶¹ Ana Ramadhayanti, hal 98

¹⁶² S'to, *Internet Business Classroom Affiliate Marketing*, Jasakom 2010, 17

¹⁶³ Suwandi Chow, *Kaya Dari Affiliate Marketing Dan Forex*, Kompas Gramedia, Jakarta 2010, hal 14

sistem bagi hasil. Namun, di Indonesia keberadaan *Affiliate Marketer* dikenal sejak awal tahun 2000-an, karena pada era 1990-an di Indonesia masih minim penggunaan internet, yang mana menjadi sarana penting bagi seorang *Affiliate Marketer*¹⁶⁴.

Kemunculan *Affiliate Marketer* di Indonesia, tidak lepas dari perkembangan digitalisasi yang begitu masif dalam beberapa dekade ini di Indonesia. Perubahan itu mewarnai wajah baru perekonomian di Indonesia, memnfaatkan peluang dalam melakukan strategi serta inovasi inovasi yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Era revolusi industri 4.0 dan globalisasi membuat perubahan besar di berbagai bidang yang salah satunya ialah bidang teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada perubahan sistem kehidupan. Salah satu kebutuhan pokok manusia¹⁶⁵.

Salah satu manfaat dari teknologi ini dapat memudahkan pekerjaan manusia dari segi tenaga, biaya maupun waktu. Salah satu strategi pemasaran digital yang dipakai oleh para pemilik produk adalah *Affiliate Marketing* atau afiliasi pemasaran. Menurut Prayitno, *Affiliate Marketing*; yaitu sistem upah berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk kepada seseorang yang berhasil mempromosikan produk kepada orang lain.¹⁶⁶

¹⁶⁴ Suwandi Chow, hal 15-16

¹⁶⁵ Jefferly Helianthusonfri, *1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affliate Marketing*, Gramedia, Jakarta 2014, hal 10

¹⁶⁶ Jefferlu Herlianthusonfri, *Affiliate Marketing Modal Dengkul*, Elex Media Computido, Jakarta 2016, hal 9

Meskipun tidak ada data yang pasti mengenai "siapa yang pertama kali" memulai affiliate marketing di Indonesia, praktik ini telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran digital bagi banyak perusahaan dan individu di negara ini dalam dekade terakhir. Di Indonesia sendiri, sudah ada banyak penyedia program affiliate marketing yang tersebar di sekitar kita. Contohnya usaha E-Commerce berupa aplikasi seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Blibli.

Perkembangan Affiliate Marketing ini bermula ketika perusahaan telah memprediksi kemungkinan akan terjadinya perkembangan sistem pemasaran dengan bentuk yang lebih simpel yakni dengan cara saling menjalin mitra dengan perusahaan lain, baik didalam bisnis secara tradisional yang mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli maupun bisnis yang dilakukan dengan cara digital.¹⁶⁷

Inilah yang menjadi sebab sebuah perusahaan memanfaatkan hubungan afiliasi ini, sehingga dengan adanya hubungan afiliasi ini perusahaan dapat untuk membuktikan strategi afiliasi merupakan konsepsi sistem pemasaran yang jauh lebih efektif dan mudah untuk diterapkan bagi perusahaan dan bagi mereka yang telah menjadi rekan bisnis yang dimanfaatkan jasanya.¹⁶⁸

¹⁶⁷ Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37.

¹⁶⁸ Ivkovic, M., & Milanov, D. (2010). Affiliate Internet Marketing: Concept and Application Analysis. *International Conference on Education and Management Technology*.

b. *Sejarah Perkembangan Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang di Kanada*

Affiliate marketing di Kanada telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen ke arah belanja daring. Banyak bisnis, baik lokal maupun internasional, mulai memanfaatkan program afiliasi sebagai cara untuk menjangkau lebih banyak konsumen di pasar Kanada. Berikut adalah beberapa aspek yang mempengaruhi perkembangan affiliate marketing di Kanada:

1) *Pertumbuhan e-commerce dan digital marketing di Kanada*

Warga Kanada telah merangkul perdangan secara elektronik di tengah gangguan besar dalam saluran ritel. Pada tahun 2022 ada lebih dari 27 juta pengguna *e-commerce* di Kanada, yang mencakup 75% dari populasi Kanada. Jumlah ini diperkirakan akan tumbuh menjadi 77,6% pada tahun 2025. Meningkatnya pembeli online berarti penjualan *e-commerce* di Kanada mencapai titik tertinggi sepanjang masa sebesar US\$ 3,82 miliar pada bulan Desember tahun 2020, melampaui peningkatan yang tercatat pada bulan Mei 2020 yang mencapai kisaran US\$ 3,2 miliar. Diperkirakan bahwa penjualan eCommerce ritel akan berjumlah US\$40,3 miliar pada tahun 2025. Pengecer berinvestasi dalam platform digital untuk

menjangkau konsumen yang tersebar di daratan yang luas, sambil menanggapi persaingan dari situs web, seperti Amazon Kanada¹⁶⁹.

Elektronik saat ini merupakan kategori produk terkemuka, diikuti oleh Mode dan Furnitur. Lima puluh sembilan persen pembeli Kanada menggunakan kartu kredit saat berbelanja daring dan 20% lainnya menggunakan PayPal¹⁷⁰.

Dompot digital terus meningkat dan diperkirakan akan mencapai 27% dari pembayaran daring pada tahun 2025. Pertumbuhan eCommerce tidak hanya disebabkan oleh volume pembelian, tetapi juga oleh luasnya barang dan jasa yang dibeli warga Kanada. Produk yang dibeli warga Kanada dari pedagang yang berbasis di AS adalah pakaian dan aksesoris, diikuti oleh buku, musik, dan video; elektronik konsumen; mainan, hobi, dan permainan; produk kesehatan dan kecantikan; alas kaki; perhiasan; barang-barang rumah tangga; barang-barang olahraga, perlengkapan DIY dan kebun, serta bahan makanan. Dari sudut pandang B2B, hampir semua pemilik usaha kecil Kanada melaporkan melakukan pembelian daring. Sejumlah besar pemilik usaha memilih untuk mengatur dan membeli perjalanan mereka

¹⁶⁹ Mariussen, Anastasia, Roberto Daniele, and David Bowie. *Unintended consequences in the evolution of affiliate marketing networks: a complexity approach*, Advances in Service Network Analysis. Routledge, 2013. Hal 130-131

secara daring dan lebih cenderung mengakses layanan atau perlengkapan kantor secara daring¹⁷¹.

2) Platform dan jaringan afiliasi Kanada

Di Kanada, affiliate marketing semakin populer, dan berbagai platform serta jaringan afiliasi lokal berkembang untuk mendukung bisnis dalam menjangkau konsumen dengan pendekatan yang lebih personal dan sesuai dengan pasar Kanada. Selain platform afiliasi global yang juga beroperasi di negara ini, beberapa platform lokal berfokus pada segmen pasar dan kebutuhan spesifik di Kanada. Berikut adalah detail lebih rinci mengenai platform dan jaringan afiliasi lokal di Kanada:

a) *Maple Affiliate*

Maple Affiliate adalah salah satu jaringan afiliasi lokal yang berfokus pada pasar Kanada, dengan beragam penawaran dari bisnis lokal yang ingin memperluas jangkauan audiens mereka di wilayah ini. Platform ini menyediakan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis lokal, termasuk pelaporan dalam mata uang Kanada (CAD), analisis khusus untuk perilaku konsumen Kanada, dan metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi lokal. Maple Affiliate sering bekerja

¹⁷¹ Competition Bureau Canada, *Heski Bar-Isaac joins Competition Bureau as Special Economic Advisor for Digital and Platform Markets*, 9 July 2024, <https://www.canada.ca/en/competition-bureau/news/2024/07/heski-bar-isaac-joins-competition-bureau-as-special-economic-advisor-for-digital-and-platform-markets.html>

dengan niche industri seperti retail, fashion, dan produk kesehatan yang populer di Kanada.

b) Groupe Dynamite Affiliates

Groupe Dynamite adalah perusahaan fashion Kanada yang memiliki dua merek terkenal, yaitu Dynamite dan Garage. Mereka menjalankan program afiliasi khusus yang memungkinkan afiliasi lokal dan internasional untuk mempromosikan produk mereka. Program ini populer di kalangan blogger, influencer, dan situs mode yang berfokus pada gaya hidup Kanada. Dengan menawarkan komisi yang kompetitif dan akses ke koleksi mode terbaru, program afiliasi Groupe Dynamite menarik banyak pengikut di segmen fashion di Kanada.

c) Rakuten Advertising Canada

Rakuten Advertising adalah jaringan afiliasi internasional yang memiliki jaringan luas di Kanada dengan opsi penyesuaian khusus untuk merek yang ingin memperluas jangkauan di wilayah ini. Mereka menyediakan berbagai program afiliasi lokal dengan beragam produk dari e-commerce besar dan ritel terkemuka yang memiliki pasar kuat di Kanada. Rakuten menyediakan alat analitik tingkat lanjut yang memungkinkan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku

konsumen di Kanada, membantu afiliasi dalam menyesuaikan strategi pemasaran mereka.

d) Regulasi Affiliate Marketing di Kanada

Perusahaan-perusahaan AS harus mematuhi undang-undang privasi data federal Kanada, termasuk *Privacy Act* dan *Personal Information Protection and Electronic Documents Act* (PIPEDA), serta undang-undang privasi provinsi. Persyaratan utama PIPEDA mengharuskan orang atau perusahaan yang mengumpulkan informasi pribadi selama kegiatan komersial untuk memberi tahu subjek tentang semua kemungkinan penggunaan data dan untuk memperoleh persetujuan atas penggunaan tersebut. Undang-Undang Anti-Spam Kanada atau *Canada's Anti-Spam Legislation* (CASL) mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2014. CASL secara signifikan membatasi cara perusahaan mengirim Pesan Elektronik Komersial (CEM). CEM didefinisikan sebagai pesan elektronik apa pun yang dimaksudkan untuk mendorong partisipasi dalam aktivitas komersial. Pesan elektronik mencakup email, pesan teks, telepon VoIP, radio digital, TV digital, dan beberapa aspek media sosial. Berdasarkan CASL, pengirim CEM harus memiliki izin tersurat atau tersirat sebelum mengirim CEM kepada penerima. Meskipun CASL tidak melarang pengiriman CEM, undang-undang mengharuskan pengirim memperoleh

persetujuan terlebih dahulu sebelum mengirim CEM. Pengirim juga harus memberikan informasi pengenalan di semua CEM. Informasi ini harus berlaku selama 60 hari setelah pesan dikirim. Semua CEM juga harus menyertakan mekanisme berhenti berlangganan yang jelas¹⁷².

c. *Sejarah Perkembangan Affiliate Marketer dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang di Amerika Serikat.*

Affiliate marketing sebagai bagian dari sistem pemasaran yang kita kenal saat ini tidak tercantum secara langsung dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (*Commercial Code*) di Amerika Serikat karena konsep ini relatif baru dan berkembang seiring dengan munculnya teknologi digital dan internet¹⁷³.

Namun, landasan hukum yang mendukung affiliate marketing dapat ditelusuri dalam beberapa undang-undang perdagangan dan peraturan federal di Amerika Serikat. Affiliate marketing mulai populer pada akhir 1990-an dan awal 2000-an seiring dengan berkembangnya internet. Perusahaan-perusahaan seperti Amazon mengawali tren ini dengan meluncurkan program afiliasi pada tahun 1996, yang memungkinkan pihak ketiga untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk Amazon melalui tautan mereka. Amazon

¹⁷² Carl Hendy, *Top 10 Canadian E-Commerce Sites*, Ecommerce Guide, 2024, diakses pada tanggal 27 Oktober 2024 <https://ecommerceguide.com/top/top-10-canadian-ecommerce-sites/>

¹⁷³ United Nations Commission On International Trade Law, *Digest of Case Law on the United Nations Convention On Contracts for the International Sale of Goods*, UNCITRAL 2012 Editon, hal 5

Affiliate Program ini menjadi model bagi banyak bisnis lain, sehingga affiliate marketing pun berkembang pesat di Amerika Serikat¹⁷⁴.

1) Perlindungan Konsumen dan Pengungkapan dalam Affiliate Marketing

Undang-undang terkait perlindungan konsumen di AS menjadi landasan penting untuk affiliate marketing, meskipun tidak secara spesifik membahasnya. Dalam hal ini, *Federal Trade Commission* (FTC) memainkan peran sentral. Beberapa aturan yang dikeluarkan oleh FTC menjadi rujukan hukum yang mengatur affiliate marketing, terutama terkait transparansi, keamanan, dan kejujuran dalam pemasaran. Berikut adalah peraturan utama yang relevan:

a) *FTC Endorsement Guidelines* Diperkenalkan oleh FTC pada tahun 2009, pedoman ini mengatur bahwa setiap endorsement atau rekomendasi yang diberikan oleh affiliate marketer harus diungkapkan secara jelas. Ini berarti afiliasi harus mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan komisi dari produk yang dipromosikan. Pedoman ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari promosi yang menyesatkan dan memastikan transparansi¹⁷⁵.

b) *Truth in Advertising Act*, Undang-undang ini mewajibkan affiliate marketer dan pengiklan lainnya untuk memastikan

¹⁷⁴ Huala Adolf, *Hukum Perdagangan Internasional*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2005, hal 14

¹⁷⁵ FTC, *FTC's Endorsement Guides: What People Are Asking*, Federal Trade Commission, diakses pada 27 Oktober 2024 <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/ftcs-endorsement-guides-what-people-are-asking>

bahwa iklan atau klaim yang mereka buat adalah benar dan tidak menipu. Jika sebuah produk dipromosikan dengan klaim yang salah, FTC dapat melakukan penegakan hukum.

2) Ketentuan Kontrak dan Perjanjian Afiliasi

Hukum kontrak di AS juga memainkan peran penting dalam affiliate marketing. Perjanjian afiliasi, baik itu kontrak antara perusahaan dengan afiliasi atau dengan jaringan afiliasi, diatur di bawah *Uniform Commercial Code* (UCC), yang mengatur sebagian besar aspek hukum bisnis di AS. Beberapa ketentuan dalam hukum kontrak yang penting dalam perjanjian afiliasi meliputi;¹⁷⁶

a) Perjanjian Komisi, yang setiap affiliate marketer biasanya memiliki perjanjian komisi dengan bisnis atau jaringan afiliasi yang menetapkan komisi yang akan mereka terima, syarat dan ketentuan komisi, serta frekuensi pembayaran.

b) Kepatuhan Terhadap regulasi, Affiliate marketer diwajibkan untuk mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, dan pelanggaran perjanjian ini dapat mengakibatkan pembatalan perjanjian atau tindakan hukum¹⁷⁷.

3) Perkembangan Regulasi Affiliate Marketin di Amerika

Seiring dengan perkembangan affiliate marketing, FTC terus memperbarui pedoman dan regulasi yang relevan untuk mencerminkan perubahan industri dan teknologi. Pada tahun 2019,

¹⁷⁶ Munir Fuafi, *Hukum Kontrak*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hal 25

¹⁷⁷ Hasanuddin Rahman, *Contract Drafting*, Citra Aditya Bakti, Bandung 2003, hal 17

FTC memulai *Review 10-Year Plan* untuk memantau dan merevisi pedoman yang mengatur endorsement di media sosial, termasuk affiliate marketing. Tujuan dari pembaruan ini adalah untuk memastikan bahwa undang-undang tetap relevan dan melindungi konsumen dari potensi penipuan di pasar digital yang terus berkembang.

c. Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia

a. Pengaturan Affiliate Marketer di Indonesia dalam KUHD

Dalam konteks pemahaman mengenai konsep *Affiliate Marketer*, dapat kita pahami bahwa dalam KUHD disebut sebagai makelar. Dalam transaksi bisnis dan perdagangan dewasa ini, lembaga lembaga yang bertindak sebagai perantara semakin memiliki peran penting. Bahkan, beberapa kegiatan usaha tersebut harus dilakukan dengan bantuan perantara. Salah satu perantara jual beli yang diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) adalah makelar.

Pada dasarnya, makelar adalah seorang perantara dagang yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan tujuan mendapatkan upah dari penjual¹⁷⁸.

Menurut pasal 62 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) makelar adalah pedagang perantara yang diangkat oleh Gubernur Jenderal (dalam hal ini Presiden) atau oleh penguasa yang

¹⁷⁸ Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum dagang*, FH UIIPress, Yogyakarta, 2006, hal.

oleh Presiden dinyatakan berwenang untuk itu. Mereka menyelenggarakan perusahaan mereka dengan melakukan pekerjaan seperti yang dimaksud dalam pasal 64 dengan mendapat upah atau provisi tertentu, atas amanat dan atas nama orang-orang lain yang dengan mereka tidak terdapat hubungan kerja tetap. Sebelum diperbolehkan melakukan pekerjaan, mereka harus bersumpah di depan *raad van justitie* di mana Ia termasuk dalam daerah hukumnya, bahwa mereka akan menunaikan kewajiban yang dibebankan dengan jujur¹⁷⁹.

Pejabat yang berwenang harus terlebih dahulu menunjuk makelar sebelum mereka dapat bekerja untuk perusahaan. Hal ini dilakukan dengan sumpah di depan ketua pengadilan negeri di daerah tempat tinggal pihak yang terlibat. Setelah mengucapkan sumpah tersebut, hasil pekerjaannya sebagai makelar akan mendapatkan upah dengan sebutan provisi, artinya hasil keuntungan yang didapatkan seseorang bekerja untuk dan atas nama orang lain.

Namun seiring dengan perkembangan zaman, setiap kejadian di lapangan berbeda dengan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD. Misalnya, ketentuan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD sudah tidak ada lagi dilakukan di depan ketua pengadilan negeri tempat menjalankan tugasnya, tidak mensyaratkan perdagangan perantara untuk bersumpah. Perusahaan kemudian harus memenuhi persyaratan

¹⁷⁹ Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum dagang*, hal. 118

minimal memiliki satu orang pegawai dan seorang direktur yang telah diberikan izin untuk bertindak sebagai pedagang perantara secara pribadi¹⁸⁰.

Hal itu dikarenakan ada makelar yang bertindak berdasarkan pemberian kuasa dari pemilik usaha untuk menjual maupun mencari pembeli barang. Pada prinsipnya makelar mempunyai hak untuk melakukan tindakan-tindakan sesuai perintah dari penjual. Hak yang dimaksud dapat diperoleh dari pemberian kuasa, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 KUHD berikut:

Perbuatan-perbuatan para pedagang perantara yang tidak diangkat dengan cara demikian tidak mempunyai akibat yang lebih jauh daripada apa yang ditimbulkan dari perjanjian pemberian amanat. Kegiatan jual beli atau bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang banyak dilakukan banyak orang. Ditambah lagi dengan era modern seperti sekarang ini banyak para pelaku usaha menciptakan inovasi bisnis digital dengan tujuan bisnis yang dimiliki dapat terus bertumbuh dan berjalan sejalan dengan pertumbuhan dunia digital¹⁸¹.

Affiliate marketing adalah strategi pemasaran internet yang paling sering digunakan oleh pengusaha. Prayitno mengatakan bahwa affiliate marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menjadikan orang ketiga sebagai perantara yang merekomendasikan produk yang ditawarkan penjual dengan sistem pemberian upah atau provisi kepada perantara tersebut apabila terjadi transaksi¹⁸².

Affiliate marketing dilakukan melalui situs internet maupun link yang terhubung dengan toko online yang dimiliki oleh pengusaha.

¹⁸⁰ Farida Hasyim, *Hukum Dagang*, Sinar Grafika, Jakarta 2023, hal 124

¹⁸¹ Farida Hasyim, *Hukum Dagang*, hal 127

¹⁸² Prayitno, *Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia*, Goechi, 2008, hal 23

Affiliate marketing adalah salah satu cabang ilmu pemasaran. Pemasaran yang menggunakan strategi promosi jaringan internet oleh afiliator. Prioritas komisi pemasaran tidak lebih dari taktik manajemen untuk menarik anggota untuk memperluas perantara penjualan yang dimiliki oleh pemilik bisnis. Afiliator adalah anggota atau member dari sistem pemasaran afiliasi yang bergabung sebagai perantara penjualan yang disebut sebagai afiliator¹⁸³.

Secara umum, affiliate marketing adalah metode di mana afiliator menjual produk orang lain dengan imbalan komisi setiap kali ada konsumen yang melakukan pembelian melalui link yang dimiliki afiliator. Kemudahan yang diperoleh seorang afiliator adalah afiliator tidak perlu memikirkan stok atau persediaan barang dan jasa yang dijual dan sebaliknya, afiliator hanya berkewajiban untuk mengarahkan pengunjung situs web ke situs web melalui link yang dimiliki oleh afiliator. Apabila terjadi transaksi jual beli maka afiliator akan mendapatkan provisi atau upah dari penjual¹⁸⁴.

b. Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Sempat jadi perbincangan hangat soal seorang afiliator yang terafiliasi oleh platform *binary option*. Sampai saat ini perusahaan-perusahaan yang menyediakan kegiatan trading binary option tersebut telah melakukan banyak promosi melalui iklan-iklan seperti instagram,

¹⁸³ Prayitno, *Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia*, hal 26

¹⁸⁴ Fathur Rahman, hal 30

youtube, adsense pada game-game online, dan lain-lain. Dengan begitu dapat diketahui bahwasanya kegiatan trading binary option ini dapat dilakukan oleh kalangan mana saja baik itu dari tingkat remaja hingga dewasa. Hal ini diperkuat dengan isi iklan-iklan yang diberikan atau tutorial yang terdapat pada iklan tersebut¹⁸⁵.

Tutorial yang terdapat pada iklan trading binary option menunjukkan betapa mudahnya seseorang untuk mendapatkan uang atau keuntungan dari perdagangan binary option tersebut. Hal ini dikarenakan pada tutorial tersebut memperlihatkan bahwa trader cukup menebak atau memperkirakan pergerakan nilai suatu aset dengan profit yang cukup besar. Bagi seseorang yang ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara cepat atau instan tentu saja akan langsung melakukan perdagangan pada trading binary option. Namun, terdapat beberapa orangjuga yang meragukan akan hal tersebut dikarenakan terindikasi judi atau spekulasi¹⁸⁶.

Terkhusus Indra Kenz juga dituntut dengan KUHP tentang menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan cara melawan hukum. Dari sangkaan ini, ia dianggap melanggar Pasal 378 KUHP jo Pasal 55 KUHP. Pasal tersebut memuat suatu delik jenis pidana berupa penipuan. Dalam konteks pidana pinipuan merupakan suatu kejahatan yang melawan hukum dengan dilakukan yang bertujuan untuk

¹⁸⁵ Ahmad Hanif dkk, *Pertanggung Jawaban Pidana Terhadap Affiliator Aplikasi Platform Binary Option Dalam Prespektif Hukum Indonesia*, Legalitas: Jurnal Hukum vol 15 Nomor 1 Tahun 2023, hal 50

¹⁸⁶ Ahmad Hanif dkk, *Pertanggung Jawaban Pidana Terhadap Affiliator Aplikasi Platform Binary Option Dalam Prespektif Hukum Indonesia*, hal 49

menguntungkan diri sendiri dengan cara melawan hukum, seperti menyusun rangkaian kebohongan, membuat tipu muslihat untuk melabui korbanya.

R Sugandhi mengemukakan pengertian penipuan yang terkandung dalam rumusan Pasal 378 KUHP adalah¹⁸⁷

Penipuan adalah tindakan seseorang dengan tipu muslihat, rangkaian kebohongan, nama palsu dan keadaan palsu dengan maksud menguntungkan diri sendiri dengan tiada hak.

Rangkaian kebohongan ialah susunan kalimat-kalimat bohong yang tersusundemikian rupa yang merupakan cerita sesuatu yang seakan-akan benar.

Pengertian penipuan sesuai pendapat tersebut di atas tampak jelas bahwa yang dimaksud dengan penipuan adalah tipu muslihat atau serangkaian perkataan bohong sehingga seseorang merasa terpedaya karena omongan yang seakan-akan benar¹⁸⁸.

Biasanya seseorang yang melakukan penipuan, adalah menerangkan sesuatu yang seolah-olah betul atau terjadi, tetapi sesungguhnya perkataannya itu adalah tidak sesuai dengan kenyataannya, karena tujuannya hanya untuk meyakinkan orang yang menjadi sasaran agar diakui keinginannya, sedangkan menggunakan nama palsu supaya yang bersangkutan tidak diketahui identitasnya,

¹⁸⁷ R Sughandi, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Dengan Penjelasannya*, Usaha Nasional, Surabaya 1981, hal 146

¹⁸⁸ R Sughandi, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Dengan Penjelasannya*, hal 147

begitu pula dengan menggunakan kedudukan palsu agar orang yakin akan perkataannya¹⁸⁹.

Penipuan sendiri dikalangan masyarakat merupakan perbuatan yang sangat tercela namun jarang dari pelaku tindak kejahatan tersebut tidak dilaporkan ke pihak kepolisian. Penipuan yang bersifat kecil-kecilan dimana korban tidak melaporkannya membuat pelaku penipuan terus mengembangkan aksinya yang pada akhirnya pelaku penipuan tersebut menjadi pelaku penipuan yang berskala besar.

Selain itu kegiatan *Affiliate Marketer* bisa saja menjadi bagian dari tindak pidana Penggelapan. Tindak pidana penggelapan diatur di Pasal 372 KUHP, yang berbunyi

Barang siapa dengan sengaja melawan hukum memiliki barang sesuatu yang seluruhnya atau sebagian adalah kepunyaan orang lain, tetapi yang ada dalam kekuasaannya bukan karena kejahatan diancam karena penggelapan, dengan pidana penjara paling lama 4 Tahun penjara dan denda paling banyak RP. 900 ribu

Menurut P.A.F Lamintang dalam bukunya berjudul *Delik-Delik Khusus Kejahatan-Kejahatan Terhadap harta Kekayaan*, tindak pidana penggelapan sebagaimana diatur dalam pasal 372 KUHP di dalamnya mengandung Unsur-unsur tindak pidana sebagai berikut:

- 1) Unsur subjektif, yaitu dengan sengaja
- 2) Unsur objektif, dengan menguasai secara melawan hukum; suatu benda; sebagian atau sepenuhnya kepunyaan orang lain dan; berada padanya bukan karena kejahatan

¹⁸⁹ Moeljatno, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*, Bumi Aksara 2021, hal 157

Jika melihat dari beberapa definisi penjelasan Pasal-pasal KUHP yang agak memiliki relevansi dengan *affiliate marketer*, namun jika kita melihat beberapa kasus di Indonesia keberadaan *affiliate marketer* merupakan sebagai pelaku yang turut serta dalam melakukan perbuatan melawan hukum. Seseorang yang ikut serta dalam hukum pidana disebut dengan *Medpleger* (orang yang turut melakukan), Pasal 55 KUHP mengatur pelaku yang turut serta melakukan tindak pidana yang berbunyi sebagai berikut:

Pasal 55 KUHP:

ayat 1; (1) Mereka yang melakukan, yang menyuruh melakukan, dan yang turut serta melakukan perbuatan,

(2) Mereka yang dengan memberi atau menjanjikan sesuatu, dengan menyalahgunakan kekuasaan atau martabat, dengan kekerasan, ancaman, atau penyesatan, atau dengan memberi kesempatan, sarana atau keterangan, sengaja menganjurkan orang lain supaya melakukan perbuatan

Ayat 2; terhadap Pengajur, hanya perbuatan yang sengaja diajurkan sajalah yang diperhitungkan, beserta akibat-akibatnya.

R Soesilo dalam penjelesanya, menerangkan terkait orang yang

turut melakukan ialah sedikit-dikitnya harus ada dua orang, yaitu orang

yang melakukan (*Pleger*) dan orang yang turut melakukan (*medpleger*)

peristiwa pidana. Jika kita korelasikan kembali dengan kasus *affiliate*

marketer jika terafiliasi dengan perbuatan penipuan ataupun

penggelapan maka affilitor merupakan seorang yang turut serta

melakukan pidana dengan kategori sebagai orang yang turut

melakukan (*medepleger*).¹⁹⁰

¹⁹⁰ R Soesilo, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, Politeia Bogor 1991, Penjelasan Pasal 55 KUHP

Dengan demikian dapat kita pahami bahwa, seorang affliator marketer dalam konteks hukum pidana merupakan bukan sebuah delik yang dapat dipertanggung jawabkan secara pidana. Akan tetapi, jika melakukan kegiatan perdagangan itu dengan cara yang melawan hukum khususnya perbuatan pidanam, maka dari itu dapat dikatakan sebagai tindakanj pidana yang perlu ditindak dengan prosedur hukum pidana.

c. *Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia dalam Kitab Undang Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*

Dalam hukum perdata Indonesia, affiliate marketer memiliki kedudukan sebagai mitra bisnis yang terikat oleh perjanjian kerja sama dengan perusahaan (merchant) penyedia produk. Perjanjian tersebut sering berbentuk kontrak komersial atau kemitraan yang mengatur hak, kewajiban, dan komisi atas setiap transaksi yang berhasil mereka bawa. Menurut Mohommad jafar dalam kondisi ideal tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan secara lebih konkrit adalah untuk;

- a. Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat;
- b. Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan;
- c. Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil;

d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional¹⁹¹;

Dari definisi tersebut di atas bahwa “kemitraan” adalah suatu perjanjian hubungan kerjasama usaha yang saling mengikatkan diri antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah dan/ atau pengusaha besar dalam rangka untuk lebih mempercepat terwujudnya perekonomian nasional yang mandiri dan handal sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, untuk itu diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata untuk menciptakan iklim yang mampu merangsang terselenggaranya usaha yang kokoh diantara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan¹⁹².

Perjanjian kemitraan sebagai salah satu model “perjanjian baku” cenderung menjadi cerminan kepentingan (visi misi) dari pihak perusahaan inti yang mempunyai posisi dominan dan pembentukan dan pelaksanaan perjanjian. Praktek bisnis yang berat sebelah yang diawali oleh adanya perjanjian baku yang tidak memberikan keseimbangan kepentingan bagi para pihak, memunculkan reaksi yang mengarah perlunya diberikan tempat yang “layak” bagi keberadaan asas itikad baik dan kepatutan dalam pembuatan maupun pelaksanaan

¹⁹¹ Muhammad Jafar dalam Salim Gofur, *Pelaksanaan Perjanjian Kemitraan antara PT. Malindo dengan Plasma di Kab. Sleman*, Universitas Diponegoro Tesis, 2010, hal 1

¹⁹² Muhammad Jafar dalam Salim Gofur, *Pelaksanaan Perjanjian Kemitraan antara PT. Malindo dengan Plasma di Kab. Sleman*, Hal 3

perjanjian¹⁹³. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 ayat 3 KUH Perdata

Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikhad baik

Hakikat kemitraan ini diatur di bawah asas kebebasan berkontrak yang tertuang dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang berbunyi

Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya

Pasal 1339 KUH Perdata menegaskan bahwa perjanjian itu tidak semata mata tunduk pada apa yang dituliskan akan tetapi juga mengikat halhal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya , tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat persetujuan diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang¹⁹⁴. Secara eksplisit pasal tersebut sudah memberikan ruang bagi para affiliator untuk melakukan kontrak dengan sebuah perusahaan e-commerce ataupun perusahaan

lainnya¹⁹⁵. Kemudian dalam Pasal 1313 KUHPerdata berbunyi;

Suatu Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana suatu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih

Dalam sistem affiliate ini antara affiliater dengan pihak merchant saling membuat perjanjian membangun hubungan kemitraan, dengan cara affiliater mendaftarkan diri dengan melakukan registrasi mengisi data-data pribadi dan melakukan kontrak kerjasama. Menurut

¹⁹³ Ery Agus Priyono, *Itikad Baik dalam Kontrak Baku. Proceeding Konferensi Nasional Hukum Perdata III*, Asosiasi Pengajar Hukum Keperdataan dan FH UB Malang, 2016, hal 756

¹⁹⁴ Subekti, *Hukum Perjanjian*, hal 15

¹⁹⁵ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, Sinar Harapan, Jakarta 2020, hal 10

R. Subekti suatu perjanjian juga dinamakan persetujuan, karena dua pihak itu setuju untuk melakukan sesuatu, jadi dapat dikatakan bahwa dua perkataan (perjanjian dan persetujuan) itu adalah sama artinya¹⁹⁶.

M. Yahya Harahap mengatakan perjanjian adalah hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi. Sedangkan kemitraan Menurut Notoatmodjo adalah suatu kerja sama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan tertentu¹⁹⁷.

Menurut Louis E. Boone dan David L. Kurtz kemitraan juga termasuk partnership merupakan afiliasi dari dua atau lebih perusahaan dengan tujuan bersama, yaitu saling membantu dalam mencapai tujuan bersama¹⁹⁸. Adapun syarat sahnya suatu perjanjian

terdapat dalam pasal 1320 KUH Perdata, yakni:

- a. Sepakat mereka yang mengikat diri
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
- c. Suatu hal tertentu
- d. Sebab yang halal

Jual beli pada KUH Perdata diatur dalam Buku III yaitu tentang Perikatan. Maka jual-beli merupakan salah satu bentuk perjanjian.

Perjanjian ini bersifat timbal balik, dimana pihak penjual berjanji akan

¹⁹⁶ Subekti, *Hukum Perjanjian*, hal 15

¹⁹⁷ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, hal 11

¹⁹⁸ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, hal 11

memberikan barang atau jasa, dan pihak pembeli akan membayar harga berdasarkan kesepakatan sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdota. Unsur pokok perjanjian jual beli adalah adanya barang dan harga. Perjanjian jual beli bersifat konsensual sebagaimana Pasal 1458 KUH-Perdata yang menyebutkan bahwa Jual beli dianggap sudah terjadi setelah mereka mencapai kata sepakat, walaupun benda tersebut belum diserahkan dan harga belum dibayar¹⁹⁹.

Pengertian dalam Pasal 1457 KUHPerdota pada hakikatnya mewakili unsur-unsur pokok suatu akad jual beli dan didasarkan pada pemikiran bahwa unsur obyek menunjuk pada daya ungkit atau penyerahan, dan unsur harga menunjuk pada pembayaran. Hal ini merupakan kewajiban mendasar para pihak dan keduanya harus dipenuhi agar hak-hak masing-masing pihak dapat terwujud sebagai wujud nyata dari manfaat yang diinginkan²⁰⁰.

Hal tersebut menunjukan dari konsep jual-beli atau pun dalam sebuah kemitraan perlu adanya sebuah perjanjian sebelum melakukan akad. Perjanjian merupakan sebuah peristiwa di mana seseorang berjanji untuk melakukan sesuatu sehingga dari perjanjian ini timbul akibat hukum yang harus dilaksanakan, keterikatan antara dua orang ini lah yang disebut perikatan. Pengertian perjanjian dalam pasal 1313 KUHPerdota adalah sebagai berikut: suatu perbuatan dengan mana satu

¹⁹⁹ Badruzaman, *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, Serta Penjelasan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2015, hal 86

²⁰⁰ Badruzaman, *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, Serta Penjelasan*, hal 90

orang atau lebih mengikatkan diri kepada satu orang atau lebih. Menurut Subekti perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu dari pihak lain, dan pihak yang lain tersebut berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu. Di dalam perjanjian ini terdapat janji-janji dan kesepakatan yang berbentuk sebuah kesanggupan untuk melaksanakan sesuatu²⁰¹.

Menurut R wirjono Prodjodikoro menyatakan sebagai berikut perjanjian diartikan sebagai perbuatan hukum mengenai harta dan kekayaan antara dua pihak, di mana satu pihak yang berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Dapat dipahami bahwa unsur-unsur perjanjian adalah sebagai berikut : Pertama, adanya kaidah hukum. Ada dua jenis kaidah dalam hukum kontrak yaitu tertulis dan tidak tertulis. Kaidah tertulis hukum terdapat dalam peraturan, undang-undang , perjanjian, dan yurisprudensi. Sedangkan kaidah hukum kontrak yang tidak tertulis adalah kaidah hukum yang timbul, tumbuh, dan hidup dalam masyarakat. Contohnya termasuk jual beli lepas, penjualan tahunan, dan lain-lain. Hukum adat adalah asal dari konsep-konsep hukum tersebut.

Kedua, *Rechtsperson* adalah nama lain dari subjek hukum.

Rechtsperson adalah seseorang yang mendukung hak dan tanggung

²⁰¹ Badrulzaman, *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, Serta Penjelasan*, hal 93

jawab. Dalam hukum kontrak, subjek hukum adalah kreditur dan debitur. Debitur adalah mereka yang berutang, sedangkan kreditur adalah mereka yang terutang²⁰².

Ketiga, adanya prestasi. Memberi sesuatu, melakukan sesuatu, atau tidak melakukan sesuatu, itulah yang merupakan prestasi, baik yang menjadi kewajiban debitur maupun yang menjadi hak kreditur. Keempat, kesepakatan. Pasal 1320 KUH Perdata mengatur bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah kesepakatan kehendak yang dinyatakan para pihak. Kelima, Akibat Hukum. Apabila perbuatan itu tidak dilaksanakan sesuai dengan yang diperjanjikan, para pihak dapat dituntut atau menghadapi akibat hukum²⁰³.

Timbulnya hak dan tanggung jawab adalah akibat hukum. Tidak ada ketentuan yang mengikat secara hukum dalam suatu perjanjian karena dapat dibuat secara lisan maupun tulisan. Perjanjian yang dibuat dalam bentuk tertulis berfungsi sebagai alat bukti apabila pihak-pihak yang melakukan perjanjian bersengketa. Oleh karena itu, bentuk tertulis perjanjian, tidak hanya sebagai alat pembuktian tetapi juga memenuhi syarat untuk terjadinya (perjanjian). Dalam hal pendirian PT, misalnya, undang-undang mengatakan bahwa Anggaran Dasar harus dibuat secara otentik. Dalam perjanjian terdapat asas-asas yang menjadi dasar pelaksanaan perjanjian. Diantara nya adalah asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas kepribadian, asas

²⁰² R wirjono Prodjodikoro, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung 2000, hal 67

²⁰³ R wirjono Prodjodikoro, 55

keseimbangan, asas kepastian hukum, asas moralitas, dan asas kepatutan²⁰⁴.

Seperti yang dibahas sebelumnya bahwa *affiliate marketing* lahir dan tumbuh di Indonesia karena adanya perkembangan teknologi yang berbasis internet, sehingga perlakuan dan perikatan dalam melakukan transaksi penjualan sudah bertransformasi dengan interne. Namun, asas-asas dalam sebuah perikatan atau perjanjian dalam akad jual beli atau akad perjanjian provisi keuntungan antara perusahaan dan affiliator harus sesuai kaidah hukum perikatan yang menganut KUHPerdara (*burgelijk weatboek*).

d. *Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal*

Dalam rangka mengembangkan ekosistem investasi pasar modal, peran *affiliate mareketer* sangat dibutuhkan. Meskipun dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal tidak di atur secara eksplisit, namun ada suatu konsep dalam undang undang tersebut sebagai penunjang perkembangan investasi disektor pasar modal. Tujuan *affiliate marketing* adalah sebagai edukator terhadap semua orang bahwa pentingnya kesadaran dan akses terhdap produk investasi. Jika kita relasikan dari karakteristik dan perkembangan affiliate marekting dengan pasafir modal maka kita dapat jumpai affiliate marketer ini merupakan perusahaan efek.

²⁰⁴ Ahmad Hanif dkk, hal 56

Pada dasarnya sebelum membahas tentang tugas dan fungsi dari perusahaan efek akan dibahas dahulu mengenai pembahasan secara umum mengenai perusahaan efek itu sendiri. Yang dimaksud dengan perusahaan efek adalah perusahaan yang telah memiliki izin usaha dari Bapepam untuk dapat menjalankan kegiatan sebagai penjamin emisi efek, Perantara Pedagang Efek, atau Manajer Investasi.

Dalam Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal Pasal 8 menjelaskan bahwa;

Yang dapat menjadi pemegang saham Bursa Efek adalah Perusahaan Efek yang telah memperoleh izin usaha untuk melakukan kegiatan sebagai Perantara Pedagang Efek.

Secara pengawasan dan perizinan perusahaan efek ini dapat berdiri atas izin dari badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Hal tersebut dijelaskan dalam Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Pasar Modal yang berbunyi;

Yang dapat melakukan kegiatan usaha sebagai Perusahaan Efek adalah Perseroan yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam.

Sebagai Perantara pedagang efek (Broker), perusahaan efek memiliki peran sangat penting dalam industri keuangan. Mereka memberikan akses kepada investor individu dan institusional untuk berpartisipasi dalam pasar keuangan. Beberapa peran utama broker meliputi:

- e. Eksekusi Pesanan yang bertanggung jawab untuk menjalankan pesanan beli atau jual dari klien mereka dengan harga terbaik yang tersedia di pasar
- f. Penyedia informasi dan analisis terhadap keuangan, perusahaan, dan pasar secara umum. Broker juga memberikan analisis dan rekomendasi kepada klien mereka untuk membantu pengambilan keputusan investasi
- g. Sebagai penasehat atau perantara, broker juga sebagai seorang yang melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi peluang investasi, tren dan pola yang dapat membantu pengambilan keputusan investasi
- h. Penyedia akses ke Pasar global, broker memungkinkan investor untuk berdagang di pasar keuangan global, sehingga memberikan kesempatan diversifikasi investasi yang lebih luas.²⁰⁵

e. *Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*

Secara eksplisit belum ada norma hukum yang menatur secara jelas terkait Affiliate marketing dalam Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Namun secara konseptual istilah affiliate marketing ini dimaknai sebagai seorang pihak ketiga

²⁰⁵ Gusti Ayu Andara Yadnya Sangaswary; I Nyoman Putu Budiarta; Desak Gede Dwi Arini, *Perlindungan Hukum Terhadap Investor Dalam Transaksi Jual beli Saham Melalui perusahaan Sekuritas Ilegal Berbasis Online*, Jurnal Konstruksi Hukum, Vol. 3 Nomor 1 Tahun 2022, hal. 151

yang ikut serta dalam proses kegiatan perseroan terbatas. Perseroan terbatas badan hukum yang merupakan persekutuan modal, yang didirikan berdasarkan perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam bentuk saham. Dari defnisi tersebut perseroan terbatas terbagi menjadi dua diantaranya perseroan terbuka dan tertutup. Perseroan terbuka, ialah perseroan yang dapat dimiliki secara publik per lembar sahamnya. Perseroan terbatas.

Investor dan Pemegang saham merupakan salah satu pihak ketiga dalam sebuah Perseroan Terbatas. Investor dan pemegang saham dapat mempengaruhi jalannya perusahaan melalui hak suara mereka dalam Rapat Umum pemegang Saham (RUPS). Meskipun mereka tidak terlibat dalam operasional sehari-hari, keputusan yang mereka buat dalam RUPS dapat sangat mempengaruhi arah kebijakan perusahaan, seperti perubahan anggaran dasar, perubahan direksi, atau pengambilan keputusan besar lainnya. Hal tersebut diperkuat atas dasar hukum dalam Pasal 13 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang perseroan Terbatas yang berbunyi;

- a. Perbuatan hukum yang dilakukan calon pendiri untuk kepentingan Perseroan yang belum didirikan, mengikat Perseroan setelah Perseroan menjadi badan hukum apabila RUPS pertama Perseroan secara tegas menyatakan menerima atau mengambil alih semua hak dan kewajiban yang timbul dari perbuatan hukum yang dilakukan oleh calon pendiri atau kuasanya.
- b. RUPS pertama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus diselenggarakan dalam jangka waktu paling lambat 60 (enam puluh) hari setelah Perseroan memperoleh status badan hukum.

- c. Keputusan RUPS sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sah apabila RUPS dihadiri oleh pemegang saham yang mewakili semua saham dengan hak suara dan keputusan disetujui dengan suara bulat.
- d. Dalam hal RUPS tidak diselenggarakan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) atau RUPS tidak berhasil mengambil keputusan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), setiap calon pendiri yang melakukan perbuatan hukum tersebut bertanggung jawab secara pribadi atas segala akibat yang timbul.
- e. Persetujuan RUPS sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak diperlukan apabila perbuatan hukum tersebut dilakukan atau disetujui secara tertulis oleh semua calon pendiri sebelum pendirian Perseroan.

Affiliate Marketing, atau seorang affiliator berperan sebagai jembatan bagi para pihak ketiga dengan para pendiri atau struktur perseroan terbatas. Ada pihak sekuritas yang menjadi afiliasi sebagai pencari investor untuk sebuah perkembangan finansial suatu perseroan terbatas. Sekuritas adalah instrumen keuangan yang dapat dinegosiasikan dan memiliki nilai moneter. Sekuritas dapat menjadi bidang hukum yang rumit.

f. Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia dalam

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian

Dalam Undang-Undang Perasuransian, diatur ruang lingkup dari sebuah perusahaan asuransi hal tersebut diatur dalam Bab 2, yang pada pokoknya adalah, perusahaan asuransi secara umum dapat menyelenggarakan usaha asuransi umum, termasuk lini usaha asuransi kesehatan dan lini usaha asuransi kecelakaan diri dan usaha reasuransi untuk risiko perusahaan asuransi. Dari ruang lingkup tersebut kemudian, perusahaan melahirkan sebuah produk asuransi-asuransi.

Sama halnya dengan perusahaan lainnya pengawasan terhadap perusahaan asuransi diawasi oleh pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK)²⁰⁶.

Peran penting bagi sebuah perusahaan asuransi adalah aksesibilitas pemasaran produk yang luas, dan edukasi terhadap calon customer tentang pengenalan produk asuransi ataupun pengenalan pentingnya asuransi untuk keberlanjutan jaminan dimasa yang akan datang. Tentu dari situ, perusahaan perlu adanya finance advisor (*penasehat keuangan*) sebagai seorang edukator²⁰⁷.

Namun, dalam perkembangan zaman pemasaran dan perilaku aktivitas promosi sudah mulai masif, menyesuaikan perkembangan teknologi dan digitalisasi. Maka dari itu perusahaan membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan kemitraan dan afiliasi sebagai bentuk penyempurnaan aksesibilitas. Sama halnya dalam pemasaran penanaman modal dalam perusahaan asuransi biasanya menggunakan broker atau perusahaan efek untuk memberikan pelayanan terhadap klien sekaligus memperkenalkan produk asuransi dari perusahaan.

Usaha Pialang Asuransi merupakan hal yang tepat jika kita korelasikan dengan kegiatan affiliate marketer. Secara definisi dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, bahwa usaha pialang asuransi adalah:

²⁰⁶ R Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Asuransi Indonesia*, Pembimbing Masa, Lampung 1958, 43

²⁰⁷ R Wirjono Prodjodikoro, hal 34

Usaha jasa konsultasi dan/atau keperantraan dalam penutupan asuransi atau asuransi syariah serta penganan penyelesaian klaimnya dengan bertindak untuk dan atas nama pemegang polis, tertanggung, atau peserta.

Dalam Melaksanakan Tugasnya, pialang asuransi mengerjakan beberapa pekerjaan asuransi, antara lain;

- 1) Mengedukasi dan Meningkatkan literasi asuransi tertanggung dan masyarakat;
- 2) Memasarkan produk dan jasa keperantaraan dan program asuransi kepada masyarakat;
- 3) Mengumpulkan dan menganalisa data risiko yang dimiliki calon tertanggung
- 4) Mendesain program asuransi khusus dan spesifik sesuai kebutuhan tertanggung

Pialang Asuransi melakukan segala bentuk pekerjaan diatas dan mengambil pekerjaan yang selayaknya dilakukan oleh

perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi tidak perlu mengeluarkan biaya akuisisi dalam mendaftarkan bisnis dan tidak memiliki resiko kehilangan biaya bila mereka menolak menerima penutupan atas suatu risiko, karena biaya ini diinvestasikan oleh pialang asuransi.

Atas dasar itu bila perusahaan asuransi menerima bisnis penutupan asuransi dari pialang asuransi, maka sepantasnya mereka memberikan imbalan jasa berupa *brokerage fee* yang

sesuai dengan investasi yang telah dikeluarkan oleh pialang asuransi.

g. Pengaturan Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia Sesudah Adanya Undang-Undang Anti Monopoli

Sebelum dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, pengaturan mengenai persaingan usaha tidak sehat didasarkan pada Pasal 1365 KUH Perdata mengenai perbuatan melawan hukum dan Pasal 382 bis KUH Pidana. Berdasarkan rumusan Pasal 382 bis KUH Pidana, seseorang dapat dikenakan sanksi pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus ribu rupiah atas tindakan persaingan curang bila memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut²⁰⁸:

- 1) Adanya tindakan tertentu yang dikategorikan sebagai persaingan curang.
- 2) Perbuatan persaingan curang dilakukan dalam rangka mendapatkan, melangsungkan, dan memperluas hasil dagangan atau perusahaan.
- 3) Perusahaan, baik milik pelaku maupun perusahaan lain, diuntungkan karena persaingan curang tersebut.
- 4) Perbuatan persaingan curang dilakukan dengan cara menyesatkan khalayak umum atau orang tertentu.

²⁰⁸ Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

- 5) Akibat dari perbuatan persaingan curang tersebut menimbulkan kerugian bagi konkruennya dari orang lain yang diuntungkan dengan perbuatan pelaku.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyebutkan pengertian monopoli, yaitu suatu bentuk penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha. Yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi²⁰⁹.

2. Tujuan Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat

Dalam melakukan usaha di Indonesia, pelaku usaha harus berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan umum dan pelaku usaha. Sementara itu tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah sebagai berikut; 1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. 2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian

²⁰⁹ Pratjaja Winrekso, *Tantangan Undang-Undang Anti Monopoli Dalam Pasar Bebas*, Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum keluarga Islam, Vol 4 Nomor 1 Tahun 2017, hal 43

kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil. 3. Mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha. 4. Menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

- 2) Perjanjian yang dilarang dalam UU No.5 Tahun 1999 tersebut adalah perjanjian dalam bentuk, *Pertama* Oligopoli merupakan keadaan pasar dengan produsen dan pembeli barang berjumlah sedikit sehingga dapat mempengaruhi pasar. *Kedua* Penetapan harga. Dalam rangka penetralisasi pasar, pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, diantaranya²¹⁰;
- a) Perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
 - b) Perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.
 - c) Perjanjian dengan pelaku usaha pesaing untuk menetapkan harga di bawah harga pasar.
 - d) Perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya dengan harga lebih rendah dari harga yang telah dijanjikan.

²¹⁰ Pratjaja Winrekso, *Tantangan Undang-Undang Anti Monopoli Dalam Pasar Bebas*, hal 47

3) Hubungan anti-monopoli dengan Affiliate marketer

Hubungan antara prinsip anti-monopoli dan affiliate marketing dapat dilihat dari beberapa aspek penting yang berfokus pada persaingan sehat dan perlindungan konsumen. Berikut adalah penjelasannya:

- a. Persaingan sehat, Affiliate marketing dapat meningkatkan persaingan di pasar dengan memungkinkan berbagai afiliasi untuk mempromosikan berbagai produk dari berbagai perusahaan. Ini membantu menciptakan pasar yang lebih kompetitif di mana konsumen memiliki lebih banyak pilihan.
- b. Akses pasar untuk usaha kecil, memberikan Kesempatan Affiliate marketer memungkinkan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memasarkan produk mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk iklan. Ini memberikan kesempatan bagi UKM untuk bersaing dengan perusahaan besar. Dan Diversifikasi Pemasaran Afiliasi dapat membantu produk dari berbagai produsen kecil untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mendukung keanekaragaman di pasar.

d. Unsur-Unsur Affiliate Marketer dalam hukum Indonesia

Affiliate marketing adalah model bisnis yang menghubungkan penjual produk atau layanan dengan pemasar (affiliate) yang akan mendapatkan komisi berdasarkan hasil yang mereka bawa, seperti penjualan atau tindakan tertentu (misalnya klik, registrasi, dll.). Model ini

sangat populer di dunia pemasaran digital karena memungkinkan pihak yang terlibat untuk memperoleh pendapatan tanpa perlu menciptakan produk atau mengelola inventaris. Secara umum, ada beberapa unsur utama yang membentuk affiliate marketing. Berikut adalah penjelasan secara rinci tentang unsur-unsur tersebut:²¹¹

a. Afiliasi dengan pelanggan (pembeli)

Hubungan antara afiliasi dan pembeli adalah hanya menghubungkan atau menyampaikan pembeli kepada si penjual (merchant) melalui link khusus yang dicantumkan dalam web atau media sosial. Jika pelanggan Mengklik link tersebut dan terhubung ke penjual, kemudian terjadi Transaksi antara penjual dan pembeli, maka afiliasi berhak mendapatkan komisi sesuai perjanjian yang telah disepakati.

Mengacu kepada pasal 62 hingga pasal 72 KUHD, namun makelar atau broker dalam pengertian ini dalam praktik masyarakat tidak berlaku karena membuatlar dalam kebiasaan masyarakat tidak melalui pemanggilan dan sumpah²¹². Apabila afiliasi memberikan atau mencantumkan link palsu untuk menipu pelanggan dan memanipulasi data, maka afiliasi akan melakukannya terkena sanksi atau hukuman sebagaimana yang diatur dalam UU ITE pasal 35 yang berbunyi²¹³:

²¹¹ Fathur Rahman, hal 34

²¹² Pasal 62 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

²¹³ Pasal 35 Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi, Transaksi & Elektronik

Pemalsuan dokumen elektronik dengan cara Pengolahan, Penciptaan, Perubahan, Penghapusan, dan Pengrusakan merupakan perbuatan yang dilarang.

b. Afiliasi dengan pedagang (penjual)

Hubungan antara afiliasi dengan merchant/pedagang adalah hubungan hukum perjanjian kerjasama kemitraan, dimana antara kedua belah pihak harus saling menjaga perjanjian yang telah dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang mengikat para pihak di dalamnya, sebagaimana dalam Pasal 1338 KUHPerdota²¹⁴.

c. Pedagang dengan pelanggan (pembeli)

Hubungan hukum penjual dan pembeli disebut sebagai hubungan antara penjual dan pembeli pada umumnya. Setelah transaksi selesai, pembeli memberi tahu penjual tentang pembayaran, dan penjual mengirimkan barang yang dipesan kepada pembeli hingga barang tersebut diterima oleh pembeli. Menurut Pasal 1458 KUHPerdota, jualbeli dianggap telah terjadi ketika mereka telah mencapai kesepakatan tentang kebendaan dan harganya, tidak peduli benda itu belum diserahkan atau harganya belum dibayar. Setiap perusahaan atau e-commerce tentu memiliki mekanisme affiliate marketing yang tidak sama, namun secara umum dapat digambarkan melalui beberapa tahap sebagai berikut²¹⁵.

²¹⁴ Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

²¹⁵ Fathur Rahman, hal 36

- e. Seorang afiliator atau influencer akan bergabung dengan program afiliasi tertentu, kemudian mereka akan mendapatkan ID anggota unik dan tautan URL untuk digunakan.
- f. Afiliator melihat situs web atau platform perusahaan untuk menentukan produk yang akan dipromosikan.
- g. Afiliator membuat konten promosi melalui media sosial yang mereka gunakan dan menyertakan link untuk produk yang akan dipromosikan.
- h. Calon pembeli produk yang dipromosikan melalui situs web atau platform perusahaan.
- i. Pembeli melakukan pembelian dan Afiliator mendapatkan komisi dari pembelian tersebut.

e. **Karakteristik Affiliate Marketer dalam hukum Indonesia**

Affiliate marketer, tentu memberikan keuntungan pada masing-masing afiliator dan pemilik produk. Strategi pemasaran ini dapat dikatakan sebagai cara yang sudah dan efektif untuk perusahaan *e-commerce* dalam mempertahankan para pemilik produk dan afiliator karena memberikan keuntungan melalui persentase yang telah ditentukan. Hasil survei menunjukkan dalam tingkatan global, 77% pembeli akan mengambil tindakan untuk membeli suatu produk, setelah mendapati suatu rekomendasi baik dari keluarga, kerabat, ataupun ulasan yang diberikan secara online dibandingkan iklan TV atau majalah. Dalam konteks hukum perdata dan dagang, *affiliate marketing* ini memiliki karakteristik yang

berbeda dengan strategi pemasaran lainnya. Salah satu yang paling signifikan adalah keterbukaan seorang affliator memberikan kepercayaan bagi konsumen terhadap produk perusahaan tersebut. Karena secara langsung affliator memberikan penjelasan hingga cara penggunaan dan benar dalam suatu produk, hal tersebut sesuai dengan asas keterbukaan yang terkandung dalam prinsip hukum perdata di Indonesia. Tentu hukum di Indonesia sudah mulai responsif, mulai dari penegak hukum serta regulasi yang secara khusus mengatur keberadaan afiliasi marketing, seperti contoh OJK²¹⁶.

Karakteristik yang kedua, yaitu affiliate marketing itu berbasis kinerja (*performance based*), affiliate marketing sangat bergantung pada kinerja yang akan menentukan perolehan imbalan atau hasil. Kemudian karakteristik yang ketiga, yaitu affliator memiliki tiga pihak yang terikat diantaranya adalah Merchant, pihak yang memiliki produk atau layanan untuk dijual dan mencari cara untuk memasarkan produk mereka, Affiliate yaitu pihak yang memasarkan dan mempromosikan produk atau layanan dari merchant untuk mendapatkan hasil atau komisi, kemudian ada pihak customer yaitu pihak yang memiliki kebutuhan terhadap jasa atau produk dari merchant yang dipromosikan oleh affiliate.

Karakteristik yang ketiga adalah memiliki skema yang fleksibel, affiliate memungkinkan untuk bekerja dengan skema yang fleksibel. Baik merchant

²¹⁶ Andriyanti dan Siti Ning Farida, *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*, *Forbiswira Forum Bisnis dan Kewirausahaan*, vol 11 Nomor 2 tahun 2022, hal 231

besar maupun kecil dapat memnfaatkan model ini, dan affiliate dapat memulai dengan modal yang relatif rendah. Seorang affiliate bisa memulai hanya dengan sebuah blog atau saluran mmdia sosial atau bahkan kampanye iklan kecil.

f. **Pembuktian Affiliate Marketer dalam Hukum Indonesia**

Affiliate marketer mendapatkan komisi berdasarkan kinerja mereka, yang sering kali berupa penjualan atau leads (registrasi atau tindakan lainnya). Pembuktian dalam hal ini berfokus pada dua hal utama: apakah affiliate marketer telah berhasil mengarahkan trafik, apakah terjadi konversi (penjualan atau lead), dan apakah komisi yang dibayarkan sudah sesuai dengan ketentuan²¹⁷.

a) **Pembuktian atas Penjual/Lead**

Dalam pembuktian ini affiliator memberikan sebuah data kinerja, selama melakukan promosi suatu layanan atau produk dengan arahan yang sesuai dengan perusahaan. Biasanya perusahaan dapat melihat laporan pelacakan afiliasi yang sudah disediakan oleh jaringan afiliasi atau platform afiliasi yang digunakan oleh merchant

b) **Teori Pembuktian atas transaksi yang terjadi**

Perlu adanya catatan tentang data pembeli yang datang melalui link afiliasi untuk melakukan pembayaran atau pembelian. Biasanya bukti tersebut berbentuk invoice atau bukti pembayaran yang dikirimkan oleh merchant ke affiliate marketer atau melalui sistem pelacakan

²¹⁷ Sukma dkk, *Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Indonesia*, Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan Vol 2 Nomor 2 Tahun 2024, hal 84

yang menunjukkan hasil penjualan yang tercatat sebagai milik affiliate marketer

c) Teori Pembuktian atas Tanggung Jawab Hukum

Pemenuhan hak dan kewajiban yang sudah disepakati dalam perjanjian penting untuk diperhatikan. Bukti tersebut sangat penting guna mencapatkan keadilan dalam berdagang atau berbisnis. Selain pada kewajiban dan hak ada yang harus dijaga oleh seorang affiliate marketer yaitu, mematuhi hak cipta, merek dagang, dan kekayaan intelektual lain dari merchant.

Itu merupakan jenis-jenis pembuktian terhadap pertanggungjawaban sebagai affiliate marketer terhadap pihak-pihak yang terkait.

g. Kewenangan Kelembagaan Negara Atau Pemerintah Dalam Pengawasan Affiliate Marketer

Kewenangan kelembagaan negara atau pemerintah dalam pengawasan affiliate marketer di Indonesia melibatkan beberapa lembaga yang memiliki tanggung jawab untuk memastikan praktik affiliate marketing dilakukan secara adil, transparan, dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Berikut adalah lembaga-lembaga tersebut dan perannya:

a. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Pengawasan sektor keuangan oleh OJK sebagai pengawasan semua kegiatan yang berkaitan dengan sektor keuangan, termasuk affiliator marketer yang melibatkan produk keuangan seperti investasi

dan asuransi. Sekaligus pemangku kewenangan dalam memberikan regulasi pemasaran terkait cara produk keuangan dipasarkan dan menetapkan pedoman untuk perlindungan konsumen.²¹⁸

b. Kementerian Perdagangan

Kementerian perdagangan memiliki kewenangan untuk mengatur perdagangan dan melindungi konsumen. Kemendag dapat menetapkan sebuah aturan mengenai praktik pemasaran yang tidak adil atau menyalahi prinsip-prinsip dalam hukum dagang di Indonesia. Kemendag juga harus responsif terhadap pengaduan pengaduan terkait praktik pemasaran.²¹⁹

Merujuk pada tinjauan bab sebelumnya, dari berbagai peraturan seperti KUHD, KUHPerdara, KUHPidana, dan peraturan perundang-undangan lainnya, menurut penulis, semua itu hanya bersifat general/umum, bukan peraturan yang secara khusus mengatur terkait affiliate marketer secara spesifik. Namun, peraturan-peraturan tersebut tetap dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam menjalankan program affiliate marketing. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan bahwa jika suatu saat kegiatan affiliate marketing diatur secara spesifik oleh pihak yang berwenang dalam sebuah undang-undang yang jelas, perlu dipertimbangkan dengan cermat di mana aturan tersebut akan ditempatkan dan bagaimana substansinya disusun.

²¹⁸ Sukma dkk, *Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Indonesia*, hal 87

²¹⁹ Sukma dkk, *Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Indonesia*, hal 88

Oleh karena itu, menurut penulis, jika pemerintah Indonesia mengesahkan undang-undang yang secara khusus mengatur affiliate marketing dalam konteks Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), maka peraturan tersebut kemungkinan besar akan dimuat dalam bagian yang mengatur tentang *perjanjian perantara dagang*, *perdagangan barang dan jasa*, serta *periklanan*. Hal ini disebabkan karena affiliate marketing merupakan bentuk kegiatan bisnis yang melibatkan transaksi dan promosi barang atau jasa, yang memerlukan pengaturan mengenai hak dan kewajiban para pihak, transparansi dalam promosi, dan perlindungan konsumen.

Beberapa bagian yang relevan dalam KUHD untuk mengatur affiliate marketing beserta kemungkinan pasalnya adalah sebagai berikut:

1. Perjanjian Dagang

Affiliate marketing melibatkan hubungan kontraktual antara merchant dan affiliate marketer yang perlu diatur dengan jelas. Aturan ini kemungkinan besar akan dimasukkan dalam bagian mengenai perjanjian dagang, yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam menjalankan aktivitas bisnis. Pasal yang relevan:

- Pasal 1313 KUHPerdara (Walaupun ini bagian dari KUHPerdara, namun KUHD juga mengatur kontrak dalam perdagangan): Pasal ini mengatur tentang perjanjian sebagai kesepakatan antara dua

pihak atau lebih, yang dapat digunakan untuk mengatur hubungan antara merchant dan affiliate marketer.

- Pasal 1338 KUHPerdara: Mengatur tentang kebebasan berkontrak, yang berarti pihak-pihak yang terlibat dalam affiliate marketing dapat menentukan ketentuan dalam kontrak mereka, asalkan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

2. Perdagangan dan Distribusi Barang/Jasa

Affiliate marketing dapat dianggap sebagai bentuk perdagangan barang atau jasa secara tidak langsung melalui pihak ketiga (affiliate marketer). Oleh karena itu, pengaturan tentang distribusi dan pemasaran dapat dimuat dalam bagian yang mengatur perdagangan. Pasal yang relevan:

- Pasal 19 KUHD: Mengatur tentang perdagangan dan transaksi dagang yang melibatkan pihak ketiga. Affiliate marketing bisa dimasukkan dalam kategori ini karena melibatkan pihak ketiga yang membantu mendistribusikan atau mempromosikan produk atau jasa.

- Pasal 32 KUHD: Mengatur tentang perdagangan dan pengiriman barang, yang dapat diadaptasi untuk transaksi yang terjadi melalui affiliate marketing.

3. Periklanan dan Promosi

Affiliate marketing sering melibatkan periklanan digital. Oleh karena itu, aturan tentang periklanan dan promosi harus mengatur

transparansi informasi yang diberikan kepada konsumen, serta kewajiban affiliate marketer untuk tidak menyesatkan konsumen dalam promosi produk. Pasal yang relevan:

- Pasal 29 KUHD: Mengatur tentang iklan atau promosi dalam transaksi perdagangan. Ini bisa mencakup promosi yang dilakukan oleh affiliate marketer untuk mendukung penjualan produk atau layanan.
- Pasal 30 KUHD: Menyebutkan tentang pemasaran produk dalam perjanjian dagang yang lebih luas, yang juga dapat diadaptasi untuk pengaturan affiliate marketing dalam konteks digital.

4. Sengketa Bisnis dan Penyelesaian Perselisihan

Jika terjadi sengketa antara merchant dan affiliate marketer (misalnya terkait komisi atau pelaksanaan perjanjian), aturan mengenai penyelesaian sengketa dalam perdagangan akan relevan untuk mengatur hal ini. Pasal yang relevan:

- Pasal 1333 KUHPerdara (meskipun ini bagian dari KUHPerdara, KUHD juga menyentuh aspek kontrak dagang): Mengatur tentang persetujuan dan kewajiban para pihak dalam perjanjian bisnis. Ketentuan ini juga bisa diterapkan dalam affiliate marketing untuk menyelesaikan perselisihan kontrak antara merchant dan affiliate marketer.
- Pasal 1339 KUHPerdara: Tentang pelaksanaan perjanjian yang memerlukan penyelesaian jika ada sengketa. Dalam konteks

affiliate marketing, ini bisa digunakan untuk mengatur mekanisme penyelesaian sengketa.

5. Pajak dan Kewajiban Keuangan

Affiliate marketing juga melibatkan pendapatan atau komisi yang diterima oleh affiliate marketer, yang terkait dengan kewajiban perpajakan. Meskipun pajak lebih banyak diatur dalam undang-undang tersendiri, KUHD dapat mengatur aspek keuangan dalam transaksi perdagangan. Pasal yang relevan:

- Pasal 16 KUHD: Mengatur tentang pembayaran dan kewajiban dalam transaksi dagang. Ini bisa meliputi pembayaran komisi kepada affiliate marketer, yang juga dapat dikaitkan dengan kewajiban perpajakan.

h. Uraian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Hakikat Affiliate Marketer

Affiliate marketer adalah salah satu subjek dari internet marketing di samping vendor dan market sebagai tempat transaksi dan pemasangan iklan. Sistem affiliate marketer dalam internet marketing adalah sebagai perantara di antara penjual dan pembeli. Dan perihal perantara ini telah ada pada zaman sebelum Islam dan diatur hukumnya setelah kedatangan Islam. Fungsi utamanya menghubungkan antara penjual dan pembeli agar barang dagangan cepat terjual. Konsekuensi dari pekerjaannya itu, perantara akan mendapatkan imbalan dari kerjanya itu.²²⁰

²²⁰ Sapiudin Shidiq, Fikih Kontemporer (Jakarta: Kencana, 2016), 266.

Sistem *affiliate* dalam ekonomi Islam sering dikatakan dengan sistem ekonomi baru dan dimana tidak ditemukan hukum dan ekonomi tersebut pada zaman Islam klasik sehingga termasuk dalam fikih Islam kontemporer. Dari banyaknya macam bentuk akad dalam fikih Islam menurut penulis teliti yang mendekati dengan sistem *affiliate* tersebut dalam perspektif hukum ekonomi syariah, aktivitas *affiliate marketing* ini merujuk dalam akad *samsarah* (perantara atau makelar) dan *ju'alah* (upah atau hadiah atas pekerjaan tertentu). Sebagai *samsarah*, *affiliate marketer* berperan sebagai perantara antara produsen (*merchant*) dan konsumen dengan tujuan memfasilitasi terjadinya transaksi. Peran ini dibolehkan dalam syariah selama dilakukan secara transparan, jujur, dan tidak melibatkan barang atau jasa yang haram.

Sementara itu, dari segi mekanisme pemberian komisi, *affiliate marketing* juga menyerupai *ju'alah*, di mana *affiliator* menerima imbalan jika berhasil mencapai target tertentu, seperti menghasilkan penjualan atau tindakan lain yang disepakati. Prinsip *ju'alah* mengakui upah berbasis hasil, bukan upaya, dengan syarat-syarat yang jelas dan halal. Dengan demikian, aktivitas *affiliate marketing* dapat diterima dalam ekonomi syariah selama memenuhi ketentuan-ketentuan yang meliputi kehalalan produk, kejujuran dalam promosi, serta adanya kesepakatan kontrak yang adil dan transparan.

a) *Akad Samsarah dalam Affiliate Marketing*

Makna dari samsarah secara bahasa adalah mufrad dari simsar, yaitu perantara antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual beli.²²¹ Samsarah adalah suatu bantuan yang dilakukan oleh seseorang kepada saudaranya dengan upah tertentu untuk pekerjaan yang sudah dilakukan. Di Indonesia, Samsara terkenal sebagai makelar (broker). Hubungan antara Shopee dan pemilik atau penjual produk terjalin. Hal ini wajar karena ada kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Agar pekerjaan samsara dapat sah dalam profesi ini, harus dipenuhi beberapa syarat, seperti :²²²

- a. Persetujuan kedua belah pihak
- b. Pokok kontrak diketahui dan mempunyai kegunaan praktis
- c. Kontrak Materi pokok akadnya tidak maksiat atau haram (misalnya mencari uang, kasino, dll).

Adapun syarat-syarat di dalam samsarah, yakni:

- a) Seorang simsar harus mengetahui pekerjaan apa yang diminta.
- b) Sanggup dan juga cakap dalam melaksanakan pekerjaan.
- c) Bekerja atas seizin yang memberikan wewenang, jika tidak ada izin dari yang memberikan wewenang maka perkerjaan tersebut tidak berlaku.
- d) Mempunyai sikap yang baik. Mengenai upah yang didapat oleh simsar, agar diperhatikan kesepakatan dan telah diketahui sejak awal. Konsekuensi

²²¹ Ika Yunia Fauzia, "Akad Wakalah dan Samsarah Solusi atas Klaim Keharaman Dropship dalam Jual Beli Online", *ISLAMICA*, vol. 9, nomor 2, (Maret: 2015), h. 339.

²²² Muzayanah, and Rodhia Aljahwara. 2023. "Samsarah Pada Transaksi Jual Beli Tanah Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Desa Pelayangan Kecamatan Muara Tembesi Kabupaten Batanghari)." *Al-Mizan* 7 (1): 140–51.

untuk penggunaan samsarah adalah affiliater disini sebagai simsar tidak akan mendapatkan keuntungan atau upah jika tidak melaksanakan pekerjaan dengan baik. Begitu pula dengan pekerjaannya tidak berhasil maka affiliater tidak akan mendapatkan keuntungan.

Jadi, samsarah itu perantaran antara penjual dan pembeli untuk melancarkan sebuah transaksi dan jika itu berjalan dengan lancar dan baik maka simsar mendapat upah atau bonus. Pekerjaan samsarah dalam fiqih termasuk ke dalam akad ijarah, yaitu suatu akad yang memanfaatkan orang lain dengan sebuah imbalan.

Hukumnya boleh atau mubah jika memang ketentuannya mengikuti yang ditetapkan oleh islam. Apabila akad yang digunakan sistem affiliate adalah akad samsarah, maka sebelum menjalankan sistem affiliate, seseorang harus melakukan kesepakatan dengan supplier, harga bisa ditentukan sendiri, akan tetapi harga suatu barang ditetapkan oleh kedua belah pihak supplier dan affiliator. Affiliator di sini bertindak sebagai perantara dan hanya menjalankan pemasaran dan berhak mendapatkan upah jika terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.

Transaksi seperti ini dalam fiqih muamalah dinamakan dengan transaksi ju'alah yang artinya janji upah apabila seseorang tersebut mampu melaksanakan pekerjaannya. Jika akad samsarah ini diimplementasikan ke dalam sistem affiliate maka jual belinya sah. Setelah meneliti, peneliti mempelajari syarat dan ketentuan transaksi menggunakan perjanjian kerjasama samsarah. Syarat dan ketentuan akad

samsarah telah memenuhi seluruh aspek. Dengan gambaran legal/sah akad samsarah, ada beberapa rukun yang harus dipenuhi, yaitu:²²³

a) Al-Muta'qidin (Pihak Terkait)

Untuk melaksanakan hubungan kerjasama tersebut harus ada perantara (simsar) dan pemilik harta (partner) agar kerjasama tersebut berjalan (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasinya). Lalu ada pula konsumen yang membeli produk milik mitra yang dijual melalui simsar. Seorang simsar harus jujur, ikhlas, terbuka dan tidak terlibat dalam penipuan atau bisnis haram atau meragukan. Ia juga berhak menerima kompensasi setelah berhasil memenuhi kontraknya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa simsar harus segera memberikan kompensasi tersebut.

b) Mahal al-Ta'qud (objek transaksi dan kompensasi)

Jenis transaksi yang dilakukan harus diketahui dan bukan barang yang mengandung maksiat dan haram, dan juga nilai kompensasi (upah) harus diketahui terlebih dahulu supaya tidak terjadi salah paham. Sebagai contoh dalam program affiliate marketing dalam platform Shopee, Produk yang bisa dipromosikan hanya produk Shopee Mall dan Shopee Supermarket. Produk yang dilarang adalah produk rokok, rokok elektrik, ganja, obat-obatan terlarang, produk dewasa, dan produk tidak original atau palsu. Di Indonesia, tradisi yang berlaku adalah seorang simsar berhak menerima imbalan antara 2,5% sampai 5%.

²²³ Muzayanah, and Rodhia Aljahwara. 2023. "Samsarah Pada Transaksi Jual Beli Tanah Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Desa Pelayangan Kecamatan Muara Tembesi Kabupaten Batanghari)." *Al-Mizan* 7 (1): 140–51.

c) Shigat (akad dari kedua belah pihak baik dari penjual atau pembeli)

Shigat adalah lafadz atau sesuatu yang menunjukkan keridhoan atas transaksi pemakelaran tersebut. Supaya kerja sama tersebut sah, maka kedua belah pihak tersebut harus membuat sebuah akad kerja sama (perjanjian) yang memuat hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak.

Apabila seorang penjual yang dalam hal ini affiliater tidak memberitahu siapa pemilik barang yang diperjualbelikan kepada pembeli maka jual beli tersebut tidak batal, karena di dalam syarat dan rukun jual beli tidak ada yang mengatur hal tersebut, yang menjadi isu terkait affiliate adalah ketidak pemilikan barang, bukan terkait pemberitahuan siapa pemilik barang.

b) *Akad Ju'alah dalam Affiliate Marketing*

Akad ji'alah adalah komitmen berdasarkan kehendak dari satu pihak, sehingga akad ji'alah tidak terjadi kecuali dengan adanya shighah dari si pemberi upah (ja'il). Apabila seorang penerima akad ('amil) memulai pekerjaan ji'alah tanpa izin dari ja'il, atau ia memberi izin kepada seseorang tapi yang mengerjakannya adalah orang lain, maka orang itu ('amil) tidak berhak mendapatkan apa-apa. Hal itu karena pada kondisi pertama orang itu bekerja dengan sukarela; dan pada kondisi kedua orang itu tidak melakukan apa-apa. Tidak disyaratkan bagi ja'il harus seorang pemilik barang dalam ji'alah, sehingga dibolehkan bagi selain pemilik barang untuk memberikan upah dan orang yang dapat mengembalikan

sesuatu itu berhak menerima upah.²²⁴

Affiliate marketing dapat diartikan sebagai pemasaran afiliasi, yang artinya adalah kita akan memasarkan produk orang lain, kemudian jika berhasil menjual produk tadi, maka kita akan mendapatkan komisi dari si pemilik barang.²²⁵

Akad dalam affiliate marketing sejatinya dilakukan oleh vendor dan affiliate marketer dalam hal pemasaran maupun makelar. Jika dilihat dari sudut pandang tersebut, sistem affiliate marketing diqiyaskan dengan akad ji'alah. Kata ji'alah secara bahasa artinya mengupah, secara syara sebagaimana dikemukakan oleh Sayyid Sabiq :

عقد علا منفعة حصوله

Artinya : “sebuah akad untuk mendapatkan materi (upah) yang kuat dapat diperoleh”²²⁶

Istilah jialah dalam kehidupan sehari-hari diartikan oleh fukaha yaitu memberi upah kepada orang lain yang dapat menemukan barangnya yang hilang atau mengobati orang yang sakit atau menggali sumur sampai memancarkan air atau seseorang menang dalam sebuah kompetisi. Jadi jialah bukan hanya terbatas pada barang yang hilang namun untuk setiap pekerjaan yang dapat menguntungkan seseorang. Jika jialah dibaca jaalah, pada zaman Rasulullah jialah telah dipraktekan. Dalam shahih Bukhari dan Muslim terdapat hadist yang menceritakan tentang seorang badui yang disengat kala dijumpi oleh seorang sahabat dengan upah bayaran beberapa

²²⁴ Wahbah Az-Zuhaili, Fiqih Islam Wa Adillatuhu (Depok, Gema Insani, 2011) h. 434.

²²⁵ Jefferly Helianthusonfri, 1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affiliate Marketing, 10.

²²⁶ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghuftron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, (Jakarta : Kencana, 2012) h. 141.

ekor kambing.²²⁷

Jumhur fukaha sepakat bahwa hukum jialah mubah. Hal ini didasari karena jialah diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Jialah merupakan akad yang sangat manusiawi. Karena seseorang dalam hidupnya tidak mampu untuk memenuhi semua pekerjaan dan keinginannya, kecuali jika ia memberikan upah kepada orang lain untuk membantunya. Contoh, orang yang kehilangan dompet maka sangat sukar jika ia mencari sendiri dompetnya yang hilang tanpa bantuan orang lain. Maka, ia meminta kepada orang lain untuk mencarinya dengan iming-iming upah dari pekerjaannya itu.²²⁸

Dalam hal lain, masih termasuk jialah Rasulullah membolehkan memberikan upah atas pengobatan yang menggunakan bacaan al-Quran dengan surat al-fatihah. Dalam al-Quran dengan tegas Allah membolehkan memberikan upah kepada orang lain yang telah berjasa menemukan barang yang hilang. Hal itu ditegaskan dalam al-Quran surat Yusuf ayat 72.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

“Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala Raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya".²²⁹

Dalam kasus jialah ini, vendor bisa diibaratkan sebagai seorang ja'il sedangkan affiliate marketer ialah 'amil. Jika dikutip dari penjelasan

²²⁷ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, 141.

²²⁸ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, 141.

²²⁹ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, 142.

pemberian izin diatas, maka ada beberapa hal dari praktek affiliate marketing yang mungkin tidak diperbolehkan, yaitu affiliate marketing dengan sistem komisi multi level marketing dimana affiliate akan mendapatkan komisi juga untuk setiap transaksi yang terjadi atas rekomendasi dari anak buah affiliate.

Hal lain yang perlu diperhatikan bahwa dalam jialah tidak disyaratkan datang dari pemilik barang yang hilang. Siapa saja yang mengatakan “siapa yang dapat mengembalikan barang hilang kepunyaan si fulan maka ia akan kuberikan upah sekian”. Kemudian ada seorang yang mengembalikan barang ini baik dia mendengar berita itu dari yang mengatakan tadi ataupun berita itu disampaikan oleh orang lain ketelinganya maka dia berhak menerima jialah (upah).

Hal tersebut dapat dibenarkan karena dalam jialah tidak disyariatkan kehadiran dua pihak yang berakad, namun disyaratkan besar jumlah upah yang harus ia terima artinya ia harus tahu berapa jumlah yang akan ia terima jika berhasil mengembalikan barang hal ini sama dengan sewamenyewa. Kalau upah yang akan diberikan itu majhul (tidak diketahui) maka hukumnya fasid (rusak). Bagaimana jika orang yang mengembalikan barang yang hilang itu jumlahnya banyak bukan satu orang. Maka upahnya dibagi rata karena mereka sama-sama bekerja meskipun kualitas kerjanya tidak sama.²³⁰

²³⁰ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghuftron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, 143.

Terkait dengan jialah sebagai salah satu pekerjaan yang baik, Islam mengajarkan bahwa Allah selalu menjanjikan balasan surga bagi mereka yang mau melaksanakan perintah-Nya, seseorang akan memperoleh pahala dari pekerjaan baik yang ia kerjakan. Allah berfirman dalam surat az-Zalzalah ayat 7:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya.²³¹

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa affiliate marketing identik dengan jialah dimana affiliate marketer menempati posisi ‘amil sedangkan vendor atau pemilik barang sebagai ja’il. Seorang affiliate marketer hanya akan mendapatkan komisi apabila terjadi penjualan melalui link affiliate miliknya.

Komisi yang affiliate marketer dapatkan sesuai dengan presentase pada awal perjanjian kerja sama dan dibayarkan sesuai dengan sistem pembayaran komisi yang telah ditetapkan oleh pihak vendor dan disetujui oleh affiliate marketer.

²³¹ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghuftron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, 144.

B. Affiliate Marketer Merupakan Makelar Dalam Hukum Indonesia

1. Affiliate Marketer dapat Dikualifikasikan Sebagai Makelar

Dalam praktik bisnis era sekarang, lembaga keperantaraan dalam bidang perniagaan (agency) menunjukkan peran yang makin meningkat. Bahkan, terkadang transaksi bisnis tersebut harus dilakukan melalui perantara. Dengan kata lain, lembaga ini makin berkembang dalam praktik, sehingga dikenal seperti perantara dagang makelar.²³² Hal ini sebagai akibat dari perubahan yang cepat dalam selera, teknologi, dan persaingan. Untuk menghadapi persaingan, maka perusahaan perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat sehingga tujuan bias dapat dicapai. Tujuan utama perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang dihasilkan akan terus meningkat, namun tanpa meninggalkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Variasi atau macam-macam pedagang perantara ditentukan oleh bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pedagang perantara. Sumber hukum kegiatan perdagangan perantara dapat ditemukan di dalam KUHD dan di luar KUHD. KUHD mengatur berbagai macam jenis pedagang perantara terdapat pada Bab IV yaitu: bursa dagang, makelar, dan kasir, dan juga terdapat pada pengaturan pada Bab V yaitu: Komisioner, ekspiditur, pengangkutan dan tentang juragan perahu melalui sungaisungai dan perairan darat.

²³² Ridwan khairandy, Pengantar hukum dagang, hal 104.

Pihak-pihak yang membantu pengusaha disebut dengan perantara dagang, yaitu merupakan penghubung antara pengusaha yang memberi kuasa di mana perantara ini yang akan melakukan perjanjian atau perikatan dengan pihak ketiga. Pada dasarnya ada dua jenis perantara, yaitu:

1. Perantara Dagang Dalam Perusahaan

Berdasarkan perjanjian perburuhan, sebagaimana dalam pasal 1601 KUHPerduta, seperti pelayan toko, kasir, manager, pimpinan perusahaan, sales, dan sebagainya;

a. Pelayan Toko

Yaitu semua pelayan yang membantu pengusaha dalam menjalankan perusahaan toko.

b. Pekerja Keliling

Yaitu pembantu pengusaha yang bekerja keliling di luar kantor untuk memperluas dan memperbanyak perjanjian-perjanjian jual beli antara majikan dengan pihak ketiga.

c. Pengurus Filial

Yaitu petugas yang mewakili pengusaha mengenai semua hal tapi terbatas pada satu cabang atau satu daerah tertentu.

d. Pemegang Prokarasi

Yaitu pemegang kuasa dari perusahaan, yang berkedudukans ebagai wakil pimpinan perusahaan/wakil manager atau yang mempunyai

kedudukan sebagai kepala satu bagian besar dari perusahaan itu, tetapi ia bukan pimpinan dari seluruh perusahaan.

e. Pimpinan Perusahaan

Yaitu pemegang kuasa pertama dari perusahaan yang bertanggungjawab terhadap maju mundurnya suatu perusahaan.

Perantara Dagang Luar Perusahaan

Berdasarkan perjanjian pemberian kuasa, sebagaimana dalam pasal 1792-1819 KUH Perdata, seperti makelar, komisioner, ekspediter, agen, dan distributor.

a. Makelar

Berdasarkan Pasal 62 KUHD, makelar adalah seorang perantara yang diangkat oleh presiden atau oleh seorang pembesar yang ditunjuk oleh presiden atau oleh seorang pembesar yang ditunjuk oleh presiden, dalam hal ini Kepala Pemerintah Daerah. Dengan demikian, makelar adalah pedagang perantara yang membuka usahanya di bidang perantara atas izin pengusaha setempat atas nama presiden. Sebelum diperbolehkan melakukan pekerjaannya dia harus bersumpah di muka Pengadilan Negeri yang mana termasuk dalam daerah hukumnya, bahwa dia dengan tulus akan menunaikan segala kewajiban yang dibebankan padanya.²³³ Contoh makelar adalah broker dan pialang saham.

²³³ Aulia Muthiah, 2016, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, hlm. 65.

b. Komisioner

Komisioner diatur dalam Pasal 76-85 KUHD. Berdasarkan Pasal 76 KUHD, Komisioner adalah orang yang menjalankan perusahaan dengan membuat perjanjian-perjanjian atas namanya sendiri, tetapi atas amanat dan tanggungan orang lain dengan menerima upah atau provisi.²³⁴

c. Ekspediter

Ekspediter diatur dalam Pasal 86-90 KUHD. Ekspediter adalah orang yang pekerjaannya menyuruh pihak pengangkut untuk menyelenggarakan pengangkutan atas nama sendiri dan untuk kepentingan principal, sebagaimana dalam Pasal 86 ayat (1) KUHD.²³⁵

d. Agen

Agen adalah orang yang mempunyai perusahaan untuk memberikan perantara pada pembuatan persejawatan tertentu dan perusahaan yang diwakilinya. Jenis ini sama dengan Makelar dan Komisioner, namun pengaturannya tidak ada dalam KUHD maupun KUH Perdata, akan tetapi agency saat ini sangat banyak berdiri dan diakui oleh masyarakat. Sehingga dalam prakteknya memakai aturan dalam Pasal 1338 KUH Perdata, Pemberian kuasa (Pasal 1792 – 1819 KUH Perdata), Pasal 62 – 64 KUHD, dan Kebiasaan Dagang, serta Keputusan Menteri Perdagangan tentang Agen Tunggal.

²³⁴ Farida Hasyim, 2014, *Hukum Dagang*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 17.

²³⁵ Agus Sardjono, 2016, *Pengantar Hukum Dagang*, Jakarta: Rajawali PERS, hlm. 15

e. Distributor

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah / daerah tertentu dari produsen. Contoh dari agen tunggal adalah seperti ATPM atau singkatan dari agen tunggal pemegang merek untuk produk mobil. Istilah pedagang besar ini hanya digunakan pada perantara yang terikat dengan kegiatan perdagangan besar dan biasanya tidak melayani penjualan eceran kepada konsumen akhir. Adapun definisi pedagang besar ini adalah sebagai berikut. Pedagang besar sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.²³⁶

Dalam transaksi bisnis dan perdagangan dewasa ini, lembaga lembaga yang bertindak sebagai perantara semakin memiliki peran penting. Bahkan, beberapa kegiatan usaha tersebut harus dilakukan dengan bantuan perantara. Salah satu perantara jual beli yang diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) adalah makelar. Pada dasarnya, makelar adalah seorang perantara dagang yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual

beli dengan tujuan mendapatkan upah dari penjual.²³⁷

Menurut pasal 62 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) makelar adalah pedagang perantara yang diangkat oleh Gubernur Jenderal (dalam hal ini Presiden) atau oleh penguasa yang oleh Presiden dinyatakan berwenang untuk itu. Mereka menyelenggarakan perusahaan mereka dengan melakukan pekerjaan seperti yang dimaksud dalam pasal 64 Dengan mendapat upah atau provisi tertentu, atas amanat dan atas nama orang-orang lain yang dengan mereka tidak terdapat hubungan kerja tetap.

Sebelum diperbolehkan melakukan pekerjaan, mereka harus bersumpah di depan raad van justitie di mana la termasuk dalam daerah hukumnya, bahwa mereka akan menunaikan kewajiban yang dibebankan dengan jujur.²³⁸ Pejabat yang berwenang harus terlebih dahulu menunjuk makelar sebelum mereka dapat bekerja untuk perusahaan. Hal ini dilakukan dengan sumpah di depan ketua pengadilan negeri di daerah tempat tinggal pihak yang terlibat. Setelah mengucapkan sumpah tersebut, hasil pekerjaannya sebagai makelar akan mendapatkan upah dengan sebutan provisi, artinya hasil keuntungan yang didapatkan seseorang bekerja untuk dan atas nama orang lain.²³⁹

²³⁷ H.M.N Purwosutjito, Pengantar Hukum Dagang, H.49.

²³⁸ KUH Dagang

²³⁹ Ayu Putri Rainah Petung Banjaransari, *Pertanggungjawaban Makelar dan Komisioner kepada Pihak Ketiga Berdasarkan Hukum Dagang Indonesia*. (Jurnal Yustisiabel, Vol.5, No. 1, 2021. H.11.)

Namun seiring dengan perkembangan zaman, setiap kejadian di lapangan berbeda dengan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD. Misalnya, ketentuan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD sudah tidak ada lagi dilakukan di depan ketua pengadilan negeri tempat menjalankan tugasnya, tidak mensyaratkan perdagangan perantara untuk bersumpah. Perusahaan kemudian harus memenuhi persyaratan minimal memiliki satu orang pegawai dan seorang direktur yang telah diberikan izin untuk bertindak sebagai pedagang perantara secara pribadi.²⁴⁰

Hal itu dikarenakan ada makelar yang bertindak berdasarkan pemberian kuasa dari pemilik usaha untuk menjual maupun mencari pembeli barang. Pada prinsipnya makelar mempunyai hak untuk melakukan tindakan-tindakan sesuai perintah dari penjual. Hak yang dimaksud dapat diperoleh dari pemberian kuasa, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 KUHD berikut: Perbuatan-perbuatan para pedagang perantara yang tidak diangkat dengan cara demikian tidak mempunyai akibat yang daripada apa yang ditimbulkan dari perjanjian pemberian amanat lebih jauh.

Makelar yang bertindak berdasarkan pemberian kuasa ini tidak memiliki hak untuk melakukan perjanjian apapun tanpa adanya kuasa yang ia terima dari pemberi kuasa dalam hal ini adalah pemilik usaha. Sehingga dapat kita fahami bahwa kuasa ini sangat menentukan keabsahan perjanjian yang dilakukan oleh makelar. Melalui kuasa ini

²⁴⁰ Ibid

pulalah pemberi kuasa dan penerima kuasa berhak menjalin kesepakatan terkait upah atau provisi yang didapatkan makelar dari pemilik usaha apabila makelar berhasil melakukan perjanjian jual beli.²⁴¹

Menurut KUHD, setiap makelar harus memenuhi kewajiban tertentu untuk menjalankan tugasnya sebagai pedagang perantara. Tanggung jawab makelar antara lain adalah membuat buku catatan harian dan buku saku. Buku-buku itu digunakan untuk mencatat setiap perjanjian atau peristiwa hukum yang dilakukan oleh pedagang perantara. Disebutkan juga dalam Pasal 66 KUHD bahwa makelar harus memindah hasil catatannya ke dalam buku harian dengan tingkat ketelitian yang sangat tinggi karena hal itu menyangkut tanggung jawabnya di hadapan penjual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa buku saku adalah buku yang sifatnya sementara sebelum pada akhirnya catatan jejak transaksi ditulis di dalam buku harian secara permanen.²⁴²

Selain kewajiban yang telah disebut di atas, makelar juga memiliki kewajiban untuk seorang menyimpan barang dari kegiatan jual beli. Adapun yang dimaksud barang di sini adalah barang yang digunakan sebatas sebagai sampel saja yang ia tunjukkan kepada pihak ketiga untuk bahan pemasaran sebelum akhirnya ada kata sepakat antara makelar dan pembeli. Penyimpanan barang tersebut oleh makelar dilakukan sampai kegiatan jual beli di mana ia terlibat di dalamnya

²⁴¹ Bisnis, H., Hukum, F., & Udayana, U. (n.d.). *Hak dan kewajiban makelar dalam perjanjian dagang*. 1–5.

²⁴² *Ibid*

telah selesai.²⁴³

Berdasarkan KUHD, dalam melakukan kegiatan perantaraannya, makelar juga diberi larangan. Melakukan usaha perniagaan dalam lapangan perusahaan yang sama di mana ia diangkat merupakan larangan bagi makelar. Hal ini dimaksudkan agar makelar tersebut tidak disebut sebagai seorang yang menjual emas di pusat perbelanjaan berlian. Adapun larangan lainnya adalah ia dilarang untuk menjadikan dirinya sendiri sebagai penjamin dalam perjanjian yang dihubungkannya. Pelarangan ini sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 65 ayat 2 KUHD.²⁴⁴

Berdasarkan fakta yang ada, tindakan makelar dalam menjualkan barang milik pengusaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara rutin. Namun, ada satu kondisi dimana tidak ada perbuatan serah dan terima antara pengusaha dan makelar karena si pengusaha merupakan pelanggannya dan berada di luar kota. Lalu, si makelar tetap menjualkan barang itu karena kebiasaan yang ditimbulkan dari hubungan tersebut. Bilamana setelahnya ada komplain dari pihak ketiga, maka yurisprudensi memutuskan dan menetapkan bahwa makelar lah yang harus bertanggung jawab.²⁴⁵

²⁴³ Setyarsih, E. (2017). *Fenomena Makelar Kost dalam Sudut Pandang Sosio-Ekonomi Ditinjau dari Teori Pertukaran Peter Michael Blau*. (*Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(2), 76–90.)

²⁴⁴ Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Memenuhi, U., Syarat, S. S., Gelar, M., Strata, S., Ilmu, D., & Islam, H. (2014). *Tinjauan hukum islam terhadap praktek kemakelaran dalam jual beli sepeda motor (studi kasus di desa ngerangan bayat klaten)*.

²⁴⁵ Bisnis, H., Hukum, F., & Udayana, U. (n.d.). *Hak dan kewajiban makelar dalam perjanjian dagang*. 1–5.

Mengapa makelar? Alasannya adalah karena ia bertindak sebagai penjual ketika berlangsungnya kegiatan jual beli. Dalam praktik di lapangan, seringkali makelar melakukan perbuatan hukum tanpa didahului pengangkatan dan sumpah di hadapan ketua pengadilan negeri tempat ia akan bekerja. Selain itu, tidak adanya pengikatan terhadap kewajiban dan larangan makelar sebagaimana diatur dalam KUHD juga sering terjadi. Kemudian, Guru Besar Hukum Dagang Universitas Indonesia, Sukardono, menyebut makelar seperti itu adalah makelar liar. Liar di sini diartikan dengan pemberian provisi yang dilakukan sesuai dengan kesepakatan awal sebelum makelar bekerja dan berlandaskan ketentuan kuasa dalam KUHD.²⁴⁶ Karena masih dikatakan sebagai makelar, si makelar tetap harus bertanggung jawab kepada pihak ketiga yang mengalami kerugian.

Makelar sering diasumsikan sebagai jasa perantara yang dilakukan oleh perseorangan. Keberadaannya acapkali dianggap sebagai pengangguran berkantong tebal. Jarang orang mau mengakui bahwa profesinya sebagai makelar. Padahal pekerjaan ini legal, tak menyalahi peraturan dan hasilnya juga halal.

Contoh jual beli / perniagaan yang sering memanfaatkan jasa makelar:

- a. Jual beli kendaraan bermotor seken - mobil, sepeda motor;
- b. Jual beli atau sewa properti - rumah, ruko, apartemen;
- c. Jual beli

²⁴⁶ ibid

ternak (dalam bahasa Jawa disebut blantik) -sapi, kerbau, kambing;
d. Jual beli online -reseller dropshipper, affiliate program.²⁴⁷

Affiliate Marketing Seiring perkembangan zaman, perjanjian jual beli yang dilakukannya pun bereformasi mengikuti perkembangan teknologi dan melakukan perjanjian jual beli berbasis internet atau yang biasa disebut jual beli online. Yang dimaksud dengan "jual beli online" adalah transaksi yang terjadi secara online antara pihak-pihak yang secara geografis terpisah satu sama lain. Menurut pengertian UUIITE Pasal 1 angka 17, transaksi elektronik/jual beli elektronik adalah perjanjian melalui sarana elektronik, baik internet maupun yang lainnya. Dalam perkembangannya para pengusaha sering menggunakan media jual beli online untuk mempermudah mendapatkan keuntungan dengan menawarkan barang dan benda yang legal. Untuk mengetahui ciri-ciri jual beli menggunakan media online, dapat dilihat melalui tandatanda berikut ini: Adanya pengaturan/kontrak yang ditawarkan berupa dagangan; Kesepakatan dicapai secara online atau melalui internet; Transaksi dilakukan dengan jarak jauh; Perjanjian dicapai dengan platform media sosial; Kebebasan dan kebebasan akses terhadap barang dagangan yang dijual

Disisi lain Affiliate marketing adalah strategi pemasaran internet yang paling sering digunakan oleh pengusaha. Prayitno

²⁴⁷ <https://www.bisnisjasa.id/2017/05/apa-itu-jasa-makelar-broker-calo.html>

mengatakan bahwa affiliate marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menjadikan orang ketiga sebagai perantara yang merekomendasikan produk yang ditawarkan penjual dengan sistem pemberian upah atau provisi kepada perantara tersebut apabila terjadi transaksi. Affiliate marketing dilakukan melalui situs internet maupun link yang terhubung dengan toko online yang dimiliki oleh pengusaha.²⁴⁸

Affiliate marketing adalah salah satu cabang ilmu pemasaran. Pemasaran yang menggunakan strategi promosi jaringan internet oleh affiliate marketer. Prioritas komisi pemasaran tidak lebih dari taktik manajemen untuk menarik anggota untuk memperluas perantara penjualan yang dimiliki oleh pemilik bisnis. Affiliate marketer adalah anggota atau member dari sistem pemasaran afiliasi yang bergabung sebagai perantara penjualan yang disebut sebagai afiliator.

Secara umum, affiliate marketing adalah metode di mana afiliator menjual produk orang lain dengan imbalan komisi setiap kali ada konsumen yang melakukan pembelian melalui link yang dimiliki afiliator. Kemudahan yang diperoleh seorang afiliator adalah afiliator tidak perlu memikirkan stok atau persediaan barang dan jasa yang dijual dan sebaliknya, afiliator hanya berkewajiban untuk mengarahkan pengunjung situs web ke situs web melalui link

²⁴⁸ Isra Misra, *Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 2, 2021. h. 97.

yang dimiliki oleh afiliator. Apabila terjadi transaksi jual beli maka afiliator akan mendapatkan provisi atau upah dari penjual. Link yang dimiliki afiliator didapatkan dari penjual dan akan terhubung langsung dengan penjual untuk mendeteksi kegiatan transaksi yang terjadi dalam usaha nya.²⁴⁹

Bisnis afiliasi merupakan salah satu jenis digital marketing yang banyak diminati para pelaku usaha. Bisnis afiliasi merupakan program media iklan system pemasaran antara pihak pertama dan pihak ke dua melalui website atau media lain yang sudah dimiliki pihak ke dua. Dalam pelaksanaannya, mula-mula pihak ke dua diberi link khusus yang telah diawasi oleh teknologi tracking atau pelacak website. Sehingga apabila ada transaksi yang terjadi di pihak ke dua, maka pihak pertama dapat mendeteksi transaksi tersebut. Apabila transaksi dari pihak ke dua itu sudah sah transaksi jual beli afiliasi maka pihak ke dua akan mendapatkan komisi.

Program afiliasi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha untuk memasarkan produk nya dan dapat terjual kepada masyarakat. Menurut Eapen, Jihye, dan George, sekelompok ahli ekonomi memaparkan bahwa apabila ditinjau secara umum bisnis afiliasi merupakan strategi bisnis dimana seseorang menjualkan produk dari orang lain dan akan

²⁴⁹ Muhamim, "Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)".

mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukan melalui referensi seseorang tersebut.²⁵⁰

Sehingga, seseorang yang menjualkan produk orang lain tidak perlu memikirkan ketersediaan barang yang dijual akan tetapi hanya berkewajiban mengarahkan konsumen untung mengunjungi laman usaha online yang dimiliki merchant. Adapun alamat laman usaha online akan diberikan oleh merchant kepada afiliasi nya. Alamat laman usaha online yang diberikan berfungsi sebagai alat pendeteksi merchant bahwa konsumen-konsumen yang datang ke laman usaha online tersebut melalui afiliasi nya. Banyak pelaku usaha yang memilih untuk menjalankan bisnis nya melalui strategi afiliasi. Selain tidak perlu memikirkan resiko ketersediaan barang, strategi ini juga menghasilkan keuntungan yang menjanjikan.

Kemajuan teknologi digital tidak dapat dihindari dan sangat memengaruhi kegiatan perekonomian. Bahkan segala kegiatan yang dilakukan masyarakat bisa dikatakan sangat bergantung pada teknologi. Hal demikian ini dikarenakan teknologi digital memiliki kemampuan menjangkau segala penjuru dengan cepat sehingga masyarakat dapat memenuhi kepentingannya dengan cepat, mudah, dan efektif. Begitupula dengan kegiatan ekonomi, teknologi sangat membantu efektifitas kerja, mempercepat penjualan, memperluas

²⁵⁰ Desrini Ningsih, Putu Hari Kurniawan, Trisa Liliana. *Strategi Afiliasi Bisnis: Suatu Model Pemilihan Channel Penjualan dan Pengelolaan Hotel Non Jaringan di Kota Batam*. Snistek. Vol 2, No. 1, 2019.

jangkauan usaha, dan tentunya dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha tersebut.

Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi di Albania Berdasarkan uraian di atas dapat difahami bahwa affiliate marketing adalah salah satu strategi pemasaran dalam jual beli online yang banyak diminati. Hal itu karena affiliate marketing memberikan keuntungan yang mudah didapatkan baik bagi pemilik usaha maupun bagi afiliator. Pemilik usaha mendapatkan keuntungan tingkat penjualannya semakin meningkat tanpa mengeluarkan banyak tenaga untuk mempromosikan produknya. Sedangkan bagi afiliator mendapatkan keuntungan mendapatkan penghasilan tanpa perlu memikirkan modal dan produk yang dijual. Afiliator hanya bertugas memasarkan produk yang dimiliki pemilik usaha dan ia akan mendapatkan komisi dari hasil penjualannya tersebut.

Maka dari itu tak heran jika affiliate marketing ini dilakukan oleh pemilik usaha di dunia. Selain Indonesia juga banyak negara lain yang menerapkan strategi affiliate marketing ini untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Albania adalah salah satu negara yang menggunakan affiliate marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Mekanisme perjanjian bisnis afiliasi yang diterapkan di Albania sama dengan perjanjian afiliasi yang diterapkan di Indonesia. Dimana afiliator diberikan izin akses penjualan oleh pemilik

perusahaan agar digunakan sebagai alat promosi yang dapat menarik minat konsumen. Sama pula dengan sistem pemberian provisi yang dilakukan di Indonesia, Albania juga memberikan upah atau provisi kepada afiliatornya yang berhasil mendapatkan konsumen. Untuk prosentase provisi itu sendiri tergantung pada masing-masing perusahaan yang menggunakan affiliate marketing.²⁵¹

Apabila di Indonesia menggunakan link dan situs pribadi resmi afiliator sebagai alat kerja seorang afiliator, di Albania memberikan email instansi dari perusahaan yang khusus digunakan afiliator dalam menjalankan kerjanya.²⁵² Seperti pada umumnya, email ini akan terhubung langsung dengan email perusahaan untuk mendeteksi segala jejak transaksi yang dilakukan afiliator dengan konsumen. Sama halnya seperti di Indonesia, yang bertindak melakukan perjanjian dengan konsumen adalah afiliator sehingga afiliator benar-benar bertindak atas nama perusahaan." Albania memandang strategi pemasaran affiliate marketing sebagai salah satu strategi online yang membantu mengukur keberhasilan pemasar dan menangani produktivitas.

²⁵¹ Ismail Qemali, "Affiliate marketing. Can online news portals use successfully affiliated marketing in Albania?" *European Journal of Marketing and Economics*, Vol. 1, No.3, 2018. P.66-78.

²⁵² Ibid

Kedudukan afiliator dalam affiliate marketing yang berlaku di Albania sama dengan di Indonesia yaitu sebagai perantara dagang yang bekerja dalam dunia bisnis digital. Berdasarkan Undang-undang Albania No. 04/L-077 Tentang Hak dan Kewajiban (Ligji Nr. 04/L-077, Per Marrëdhëniet e Detyrimeve) dijelaskan bahwa pedagang perantara merupakan pihak ketiga yang membantu kegiatan pemilik usaha dan konsumen.²⁵³

Di dalam hukum Indonesia, affiliate marketer memang dapat dikualifikasikan sebagai makelar, tetapi ini tergantung pada peran dan tanggung jawab spesifik mereka dalam kegiatan afiliasi. Hukum Indonesia mengenal konsep makelar dalam Pasal 62 KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang), yang mendefinisikan makelar sebagai pihak perantara yang ditunjuk untuk mencarikan dan mempertemukan pihak-pihak dalam transaksi bisnis tertentu, dengan imbalan berupa komisi atas jasanya.

Agar affiliate marketer dikualifikasikan sebagai makelar dalam hukum Indonesia, mereka harus memenuhi beberapa unsur atau karakteristik yang terkait dengan definisi makelar, yaitu:

1. Peran Sebagai Penghubung atau Perantara

affiliate marketer dapat dikategorikan sebagai perantara yang mempertemukan pihak-pihak, mirip dengan fungsi makelar dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

²⁵³ Ligji Nr. 04/L-077, Per Marrëdhëniet e Detyrimeve.

(KUHD) di Indonesia. Menurut KUHD, makelar atau perantara memiliki peran utama untuk mempertemukan pihak-pihak yang ingin melakukan transaksi, tanpa memiliki barang atau jasa yang diperjualbelikan. Hal ini sejalan dengan kegiatan affiliate marketer dalam pemasaran digital.

Affiliate marketer bertindak sebagai penghubung antara merchant (penyedia produk atau jasa) dengan calon konsumen. Mereka menggunakan platform digital atau media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa merchant dan mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Seperti makelar yang tercantum dalam KUHD, affiliate marketer tidak terlibat langsung dalam transaksi jual-beli, melainkan hanya mempertemukan pihak-pihak yang bertransaksi

2. Mendapatkan Komisi Berdasarkan Transaksi yang Terjadi

Sama seperti makelar, affiliate marketer mendapatkan imbalan berupa komisi berdasarkan hasil (hasil berupa transaksi atau konversi). Besaran komisi ini telah diatur dalam perjanjian afiliasi antara mereka dengan merchant, sesuai prinsip makelar yang mendapatkan imbalan atas jasa perantara yang diberikan. Sistem komisi yang diterima affiliate marketer memang mirip dengan sistem komisi yang diterima oleh makelar dalam konteks hukum.

Di Indonesia, makelar dalam KUHD memperoleh komisi berdasarkan transaksi yang terjadi berkat upaya perantaranya. Begitu pula, affiliate marketer mendapatkan komisi hanya ketika konsumen melakukan tindakan yang diinginkan (seperti pembelian, pendaftaran, atau konversi lainnya) melalui link afiliasi mereka.

3. Tidak Terlibat dalam Proses Kepemilikan atau Pengelolaan Produk Secara Langsung

Seperti makelar, affiliate marketer tidak memiliki produk yang dipromosikan. Mereka hanya bertindak sebagai perantara dan tidak terlibat langsung dalam proses transaksi atau pengelolaan produk. Mereka juga tidak bertanggung jawab atas kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

affiliate marketer juga tidak mengelola, menyimpan, atau memiliki produk yang mereka promosikan. Mereka hanya bertanggung jawab memasarkan produk atau jasa dan mengarahkan calon konsumen ke merchant melalui tautan afiliasi. Dalam praktik ini, affiliate marketer bertindak sebagai pihak ketiga yang tidak memiliki keterlibatan langsung dalam operasional produk.

4. Perjanjian dan Kepatuhan terhadap Hukum

Agar dapat berperan sebagai makelar secara hukum, affiliate marketer biasanya terikat kontrak afiliasi yang

menetapkan hubungan perantara antara mereka dan merchant, serta ketentuan komisi. Dalam konteks hukum Indonesia, kontrak afiliasi ini bisa dilihat sebagai bukti bahwa affiliate marketer bertindak atas dasar kesepakatan untuk melakukan peran perantara.

Hubungan antara affiliate marketer dan merchant biasanya diatur oleh perjanjian afiliasi yang mirip dengan kontrak makelar, di mana ada ketentuan tentang hak dan kewajiban, termasuk komisi, batasan promosi, dan lain-lain. Affiliate marketer, sebagai pedagang perantara, juga harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia terkait periklanan dan transaksi elektronik, terutama dalam menghindari praktik penipuan atau promosi yang menyesatkan.

Namun, ada beberapa perbedaan antara affiliate marketer dan makelar

dalam hukum Indonesia:

<i>Aspek</i>	<i>Affiliate Marketer</i>	<i>Makelar</i>
<i>Lingkup Kerja</i>	Biasanya beroperasi dalam lingkup digital, mempromosikan produk atau jasa melalui internet.	Dapat beroperasi baik dalam lingkup fisik maupun digital, tergantung jenis barang atau jasa yang diperdagangkan.
<i>Metode Promosi</i>	Menggunakan berbagai	Dapat menggunakan

	saluran digital seperti berbagai metode promosi, website, blog, media termasuk iklan, pameran, sosial, email marketing, dan jaringan personal. dan SEO.
Kontrak	Biasanya terikat dalam Mengikuti aturan dalam perjanjian afiliasi dengan KUHD terkait perjanjian merchant, yang mengatur permakelaran. persyaratan kerja sama, komisi, dan pelaporan.
Regulasi	Meskipun tidak diatur Teratur secara eksplisit secara khusus dalam dalam KUHD. KUHD, affiliate marketing tunduk pada peraturan perlindungan konsumen dan persaingan usaha.

Adanya pedagang perantara seperti afiliator ini diperbolehkan karena menurut undang-undang tersebut adanya pedagang perantara merupakan salah satu bentuk perjanjian yang boleh dilakukan oleh pihak- pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini yang dimaksud pihak yang bersangkutan adalah pemilik usaha dan afiliator.²⁵⁴

²⁵⁴ Skendar Gojani, Kontrat Dhe Klasifikimi I Tyre. Prishtinëë, 2013

Berdasarkan pengamatan yang didapatkan oleh peneliti, bisnis afiliasi yang melibatkan afiliator di dalam affiliate marketing ini adalah sama seperti sistem kerja makelar yang menjadi perantara penjualan produk orang lain dan kemudian ia mendapatkan provisi atau upah apabila terjadi transaksi di dalam pemasarannya tersebut. Namun perbedaannya adalah makelar yang dilakukan di media online, dengan kata lain Affiliate Marketing ini adalah bisnis makelar Online, semuanya dilacak dengan teknologi, jika cara tradisional seperti makelar, tenaga penjual harus melakukan komunikasi terlebih dahulu jika terjadi transaksi.²⁵⁵

Maka dari itu, perjanjian yang terjadi pada bisnis afiliasi ini tidak melanggar hukum dan dianggap sah. Karena profesi sebagai perantara dagang telah diakui dan diatur di dalam Undang-undang. Selain itu, dalam transaksinya, bisnis afiliasi ini tidak melanggar asas-asas yang berlaku di dalam hukum perjanjian. Oleh karena profesi sebagai afiliator dalam affiliate marketing belum memiliki aturan resmi, maka peneliti meletakkan aturan perjanjian yang dilakukan dengan mengikuti dasar-dasar hukum utama yang mengatur tentang perantara dagang.

2. Affiliate Marketer Yang Memerlukan Sertifikasi dan Affiliate Marketer Yang Tidak Memerlukan Sertifikasi

Dalam perkembangan zaman pemasaran dan perilaku aktivitas promosi sudah mulai masif, menyesuaikan perkembangan teknologi dan digitalisasi. Maka dari itu perusahaan membutuhkan pihak ketiga untuk

²⁵⁵ Wewelop, *Cara Kerja Affiliate Marketing*, <https://www.wevelope.net/cara-kerja-affiliate-marketing/> Di Akses Pada Senin, 16 Oktober 2023.

melakukan kemitraan dan afiliasi sebagai bentuk penyempurnaan aksesibilitas. Sama halnya dalam pemasaran penanaman modal dan perusahaan perasuransian biasanya menggunkan pihak ketiga atau perusahaan efek untuk memberikan pelayanan terhadap klien sekaligus memperknalkan produk asuransi dari perusahaan.

Affiliate marketing memiliki beragam bentuk dan bidang yang dapat ditekuni, tergantung pada jenis produk atau layanan yang dipromosikan. Bidang ini mencakup berbagai macam aktivitas pemasaran, termasuk yang memerlukan sertifikasi dan yang tidak. Sertifikasi ini diperlukan untuk memastikan affiliate marketer memiliki pengetahuan yang memadai terkait produk yang dipasarkan, termasuk pemahaman terhadap regulasi, risiko, dan hak konsumen, sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan profesional dan sesuai standar yang ditetapkan oleh pihak terkait. Salah satu contoh affiliate marketer yang memerlukan sertifikasi adalah mereka yang bergerak di bidang asuransi dan pasar modal.

Asuransi merupakan industri yang sangat kompleks dan *highly regulated* sehingga para profesional yang berkecimpung di sektor asuransi harus dilengkapi dengan sertifikasi profesi. Sertifikasi asuransi ini merupakan prasyarat penting agar sumber daya manusia di industri asuransi memiliki kualitas dan kapasitas yang baik dalam menjalankan operasional bisnis perasuransian. Pengakuan terhadap keahlian profesi asuransi melalui sertifikasi diharapkan membuat para pemegang sertifikat ini tidak hanya mampu secara teknis (*skill*) tetapi juga kesiapan dan etika kerja serta mampu

beradaptasi dengan regulasi dan standar yang berlaku.²⁵⁶

Sertifikasi adalah upaya untuk meningkatkan profesionalisme pialang asuransi agar para pialang di akui kompetensi dan kemampuannya dalam menawarkan dan menjual produk asuransi. Oleh karenanya, maka pialang asuransi dituntut untuk mempunyai sertifikasi ini. Tujuannya untuk menjamin tingkat pemahaman pialang dalam memasarkan ilmunya, serta dapat memberikan rasa aman terhadap masyarakat. Keharusan memiliki sertifikat bagi para pialang asuransi ini dinilai oleh banyak pengamat sebagai sangat strategis bagi perkembangan industri asuransi di tanah air. Mengingat sertifikasi ini punya misi utama guna meningkatkan kualitas pengetahuan dan pemasaran pialang asuransi. Nah, dengan nantinya para pialang asuransi ini telah memiliki pemahaman produk asuransi yang lebih kuat pasca sertifikasi tersebut, maka diharapkan akan mendorong pertumbuhan industri asuransi di Indonesia ke arah yang lebih baik.²⁵⁷

Merujuk Pasal 18 ayat 2 UU No 13/2003 tentang Ketenagakerjaan disebutkan bahwa pengakuan kompetensi kerja dilakukan melalui sertifikasi kompetensi kerja yang menilai kemampuan kerja seseorang yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Di bidang perasuransian, sertifikasi kompetensi kerja dilaksanakan dan dikembangkan berdasar Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Perasuransian. Berdasar SKKNI tersebut terdapat tujuh

²⁵⁶ Edi, *Media Asuransi News*, <https://mediaasuransinews.co.id/> di akses pada 26 Desember 2024.

²⁵⁷ Anonim, <https://mysharing.co/agen-asuransi-jiwa-syariah-wajib-miliki-sertifikasi/>, diakses tanggal 26 Desember 2024.

bidang kompetensi yaitu underwriting, reasuransi, klaim, aktuaria, pialang, penilaian kerugian, dan pengawasan perasuransian.

Di bidang pialang asuransi, kita terdapat dua asosiasi yang menaungi, yaitu APPARI dan APPARINDO. APPARI itu asosiasi yang menaungi para pekerja dan karyawan yang bekerja di perusahaan Pialang. Sedangkan APPARINDO adalah asosiasi yang menaungi perusahaan pialang asuransi itu sendiri. Program sertifikasi keahlian yang diselenggarakan APARI adalah di bidang pialang asuransi dan reasuransi melalui program pendidikan yang dibagi menjadi tiga tingkatan. Pertama, AAPAI (Ajun Ahli Pialang Asuransi dan Reasuransi Indonesia), APAI (Ahli Pialang Asuransi dan Reasuransi Indonesia), dan *Certified Indonesian Insurance and Reinsurance Brokers* (CIIB). Setiap jenjang pendidikan profesi tersebut memiliki persyaratan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkat kesulitan pendidikannya.²⁵⁸ Dalam melaksanakan

program sertifikasi ini, APARI telah memperoleh pengakuan dari ANZIIF (*The Australian and New Zealand Institute of Insurance and Finance*) yang merupakan salah satu sertifikasi bidang perasuransian yang telah diakui secara internasional khususnya di Asia Pasifik. Dengan demikian, setiap anggota APARI otomatis bisa langsung mengajukan penyertaan gelar ANZIIF tanpa perlu mengikuti pendidikan dan ujian yang diselenggarakan ANZIIF.²⁵⁹

Sedangkan Apparindo

(Asosiasi Perusahaan Pialang Asuransi dan Reasuransi Indonesia) adalah

²⁵⁸ Edi, *Media Asuransi News*, <https://mediaasuransinews.co.id/> di akses pada 26 Desember 2024.

²⁵⁹ Edi, *Media Asuransi News*, <https://mediaasuransinews.co.id/> di akses pada 26 Desember 2024.

organisasi yang menaungi perusahaan-perusahaan yang menyelenggarakan usaha pialang asuransi atau pialang reasuransi. Perusahaan-perusahaan ini telah memperoleh izin usaha dari instansi pembina dan pengawas yang berwenang, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), untuk menjalankan aktivitasnya secara resmi dan sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku.²⁶⁰

Tidak berbeda jauh dengan pialang asuransi, bahwa aktivitas di pasar modal sekalipun melibatkan berbagai profesi pendukung yang sangat penting. Profesi di pasar modal bukanlah pekerjaan yang bisa dilakukan tanpa keahlian umum. Mereka lebih tepatnya affiliate marketer harus memiliki pengetahuan yang mendalam, pengalaman yang luas, serta sertifikasi dan lisensi yang valid untuk memastikan kompetensi dan profesionalisme yang diperlukan demi keamanan dan kenyamanan para investor.

Kepercayaan adalah salah satu pilar utama dalam dunia investasi. Oleh karena itu, para affiliate marketer atau lebih tepatnya dalam dunia pasar modal kita kenal sebagai perantara pedagang efek di pasar modal wajib menjaga integritas dan transparansi dalam setiap tindakan mereka. Jika seorang perantara pedagang efek terbukti melakukan pelanggaran, seperti penipuan terhadap investor, lisensi mereka dapat dicabut, dan nama mereka akan dicatat dalam daftar hitam. Ini menunjukkan betapa pentingnya memastikan legalitas dan reputasi pihak atau perusahaan. Inilah yang membedakan antara sertifikat dan sertifikasi terutama di pasar modal yang mana sertifikasi dan lisensi

²⁶⁰ Anonim, *Kode Etik APPARINDO (Terbaru 2022)*, <https://insurtechindonesia.com/kode-etik-apparindo-terbaru-2022/> di akses pada 26 Desember 2024.

menjadi hal yang wajib dimiliki oleh siapapun yang berkecimpung di lingkup keuangan terlebih pasar modal.²⁶¹

Pasar modal adalah sumber dana segar jangka panjang, dimana keberadaannya bukan cuma sebagai wahana sumber pembiayaan, tetapi juga sebagai sarana investasi yang melibatkan seluruh potensi dana masyarakat. baik yang tersedia di kantong dalam negeri maupun pundipundi yang tersebar di luar negeri.²⁶² Para investor asing melihat bahwa pasar modal Indonesia baru pada tahap tancap gas, maka mereka berbondong-bondong berinvestasi di pasar modal Indonesia melalui Perantara Pedagang Efek asing seperti Nomura, Yamaichi, Merrill Linch, Baring dan sebagainya.²⁶³

Perantara Pedagang Efek didefinisikan sebagai pihak yang melakukan kegiatan usaha jual beli efek untuk kepentingan sendiri atau pihak lain.²⁶⁴ Hal ini mengandung arti bahwa perantara pedagang efek tidak hanya berfungsi menjadi perantara investor dengan pasar, tetapi juga dapat menjadi investor itu sendiri. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan efek yang melakukan kegiatan usaha sebagai perantara pedagang efek diwakili oleh orang perorangan sebagai Wakil Perantara Pedagang Efek. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Pasar Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal hanya orang perseorangan yang telah memperoleh izin dari Bapepam yang

²⁶¹ esgsolusi, *Mengenal Sertifikasi Wajib dan Mandatori dari OJK di Pasar Modal*, <https://esgsolusi.id/sertifikasi-wajib-dan-mandatori-ojk-di-pasar-modal/> di akses pada 27 Desember 2024.

²⁶² I Putu Gede Ary Suta, *Menuju Pasar Modal Modern*, cet 1 (Jakarta: Yayasan SAD SATRIA BHAKTI, 2000), hal. 17

²⁶³ Abraham Runga Mali, Afriyanto dan Lahyanto Nadie., *Pasar Modal di Ujung Pena*, cet.1 (Jakarta: Gagas Bisnis, 2017), hal. 32.

²⁶⁴ Indonesia, Undang-Undang Pasar Modal, UU Nomor 8 Tahun 1995, Pasal 1 angka 13, Pasal 1 angka 18.

dapat melakukan kegiatan sebagai Wakil Perantara Pedagang Efek.²⁶⁵

Otoritas Jasa Keuangan sebagai regulator di pasar modal saat ini didirikan menggantikan peran Bapepam-LK dalam pengaturan dan pengawasan pasar modal dan lembaga keuangan, dan menggantikan peran Bank Indonesia dalam pengaturan dan pengawasan bank, serta untuk melindungi konsumen industri jasa keuangan. Perantara Pedagang Efek memiliki peranan yang sangat penting di pasar modal. Dalam perspektif internasional Perantara Pedagang Efek lazim disebut sebagai *broker-dealer*. Dalam hal bertindak sebagai perantara/broker, Perantara Pedagang Efek menjadi agen yang memfasilitasi order pembelian nasabah terhadap efek yang ditransaksikan di Bursa Efek ataupun di luar Bursa Efek/*Over the Counter (OTC)*.²⁶⁶ Sedangkan dalam hal bertindak sebagai pedagang/teja/er, Perantara Pedagang Efek menjadi *principal* untuk melakukan transaksi atas efek untuk menjadi portofolionya sendiri.²⁶⁷ Melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22/POJK .04/2016 tentang Segmentasi Perizinan Wakil Perantara Pedagang Efek, Otoritas Jasa Keuangan telah mengatur segmentasi perizinan Wakil Perantara Pedagang Efek ke dalam dua bentuk sub perizinan yaitu izin Wakil Perantara Pedagang Efek Melakukan Kegiatan Usaha Sebagai Perantara Pedagang Efek, terdapat 6 (enam) fungsi

²⁶⁵ Indonesia, Undang-Undang Pasar Modal, UU Nomor 8 Tahun 1995, Pasal 32.

²⁶⁶ Frederick Mark Gedicks, Suitability Claims for Unrecommended Securities Purchases: A Theory of Broker-Dealer Liability, *Arizona State Law Journal* (May 2005), hlm. 20. Lihat juga: American Institute of Certified Public Accountants, *AICPA Audit and Accounting Guide Brokers and Dealers in Securities* (New York: AICPA, 2004), hal. 1.

²⁶⁷ Frederick Mark Gedicks, Suitability Claims for Unrecommended Securities Purchases: A Theory of Broker-Dealer Liability, *Arizona State Law Journal* (May 2005), hlm. 20. Lihat juga: American Institute of Certified Public Accountants, *AICPA Audit and Accounting Guide Brokers and Dealers in Securities* (New York: AICPA, 2004), hal. 1.

yang wajib dimiliki oleh Perantara Pedagang Efek, yaitu fungsi pemasaran, fungsi manajemen risiko, fungsi pembukuan, fungsi kustodian, fungsi teknologi informasi, dan fungsi kepatuhan.²⁶⁸

Adapun asosiasi yang menaungi Perantara Pedagang Efek di Indonesia yaitu APEI, APEI adalah organisasi independen yang didirikan atas dasar kesamaan aktivitas dan profesi dalam rangka terciptanya industri Pasar Modal yang sehat dan bisa berperan aktif dalam pembangunan nasional bangsa Indonesia. APEI merupakan wadah komunikasi, konsultasi, informasi dan fasilitas bagi anggota, Pemerintah, lembaga otoritas dan pihak-pihak lainnya, yang terkait dengan jasa, produk, distribusi, pelayanan dan penyediaan layanan dalam arti luas yang mencakup seluruh kegiatan Pasar Modal dalam rangka membentuk iklim usaha yang bersih, transparan dan profesional.

APEI mendapat pengakuan Otoritas Jasa Keuangan sebagai Asosiasi Perusahaan Efek melalui Surat Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor KEP-58/D.04/2017 tanggal 21 November 2017 tentang Pengakuan terhadap Perkumpulan Perhimpunan Perusahaan Efek Indonesia sebagai Asosiasi Perusahaan Efek yang Melakukan Kegiatan Usaha sebagai Penjamin Emisi Efek dan Perantara Pedagang Efek.

Dengan begitu dari pemaparan di atas dapat kita ambil kesimpulan bahwa dengan adanya sertifikasi affiliate marketer dalam asuransi dan pasar modal, diharapkan affiliate marketer dapat menjalankan tugasnya secara

²⁶⁸ Indonesia, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan, Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor KEP-548/BL/2010 Tahun 2010 tentang Pengendalian Internal Perusahaan Efek Yang Melakukan Kegiatan Usaha Sebagai Perantara Pedagang Efek, Peraturan Nomor V.D.3, angka 3.

profesional, memahami secara mendalam produk yang dipasarkan, serta mematuhi regulasi yang berlaku. Hal ini juga memberikan jaminan kepada konsumen bahwa informasi yang mereka terima adalah akurat, transparan, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh otoritas terkait. Dengan demikian, sertifikasi ini tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga mendukung terciptanya industri asuransi dan pasar modal yang lebih kredibel dan berkelanjutan.

Adapun affiliate marketer yang tidak memerlukan sertifikasi yaitu mereka yang hanya berperan sebagai perantara informasi atau penyedia tautan dan kode referral tanpa memberikan saran atau rekomendasi spesifik terkait produk seperti produk asuransi atau pasar modal. Mereka biasanya fokus pada aktivitas pemasaran digital, seperti meningkatkan visibilitas produk melalui media sosial, blog, atau platform lainnya, tanpa terlibat dalam aspek teknis atau konsultasi langsung kepada konsumen. Meskipun demikian, mereka tetap harus mematuhi pedoman pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan atau otoritas terkait untuk memastikan transparansi dan etika dalam promosi yang dilakukan. Affiliate marketer yang tidak memerlukan sertifikasi umumnya mempromosikan produk atau jasa yang relatif mudah dipahami dan tidak memerlukan pengetahuan khusus yang mendalam. Berikut beberapa contohnya:

1. Affiliate marketer Produk Konsumsi Sehari-hari
2. Affiliate marketer Produk Kecantikan
3. Affiliate marketer Produk Fashion dll.

Affiliate marketer dalam kategori ini tidak perlu memahami detail teknis atau regulasi karena perannya hanya terbatas pada promosi, bukan konsultasi. Namun, mereka tetap diwajibkan mematuhi pedoman etika pemasaran, seperti memastikan informasi yang disampaikan tidak menyesatkan dan sesuai dengan fakta.

3. *Analisis Perbandingan Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Affiliate Marketer*

Berdasarkan tinjauan dari bab terdahulu, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan antara pendekatan hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah dalam menyatakan kedudukan hukum *affiliate* marketer, kemudian penulis menjabarkan tentang pendapat atau pandangan masing-masing dari hukum tersebut. Penjelasan persamaan dan perbedaan dalam memandang penggunaan sistem tersebut sebagai sarana promosi untuk jual beli produk. Dalam analisis perbandingan ini, penelitian akan mengevaluasi tujuan hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah terkait dengan persepsi terhadap kedudukan serta peraturan dari *affiliate* marketer. Berikut ini adalah persamaan dan perbedaan yang teridentifikasi dalam analisis tersebut:

1). Persamaan :

- a. Pengakuan Sistem *affiliate* marketer sebagai alat promosi jual beli suatu produk orang lain yang sah. Persamaan ini menunjukkan bahwa baik hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah, sistem *affiliate marketer* ini diakui sebagai cara yang sah untuk melakukan sistem marketing pemasaran produk orang lain lalu mendapatkan komisi atas hasil yang

dilakukan. Dalam kedua sistem hukum sistem *affiliate* dapat digunakan sebagai bentuk sistem *marketing* atau pemasaran dari pihak ketiga.

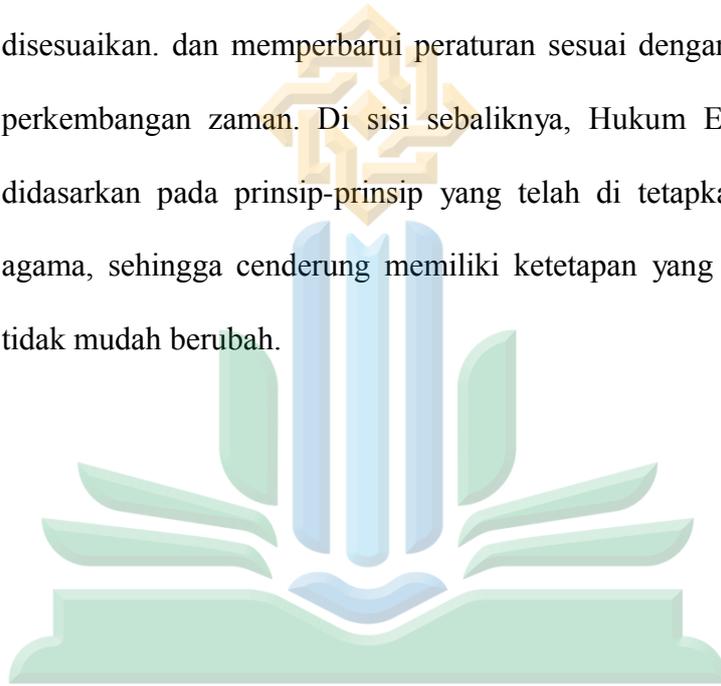
- b. Prinsip keadilan menjadi pertimbangan yang relevan dalam penilaian hukum terhadap sistem *affiliate*. Keadilan memainkan peran penting dalam kedua sistem hukum ini ketika mengevaluasi penggunaan sistem *affiliate*. Ini menandakan bahwa baik dalam mengatur maupun menegakkan hukum terkait sistem *affiliate*, kedua sistem hukum ini akan memperhitungkan aspek keadilan dari penggunaan sistem *affiliate* tersebut, serta dampaknya terhadap semua pihak yang terlibat.
- c. Perlindungan Konsumen diatur baik dalam hukum positif maupun Hukum Ekonomi Syariah terkait pemanfaatan sistem *affiliate*. Kedua sistem hukum tersebut memperhatikan perlindungan konsumen saat menggunakan sistem *affiliate*. Ini menunjukkan bahwa terdapat regulasi yang bertujuan melindungi konsumen dari praktik merugikan atau penipuan yang terkait dengan pemanfaatan sistem *affiliate* dalam sosial *Commerce*.
- d. Pengakuan sistem *affiliate* marketer sebagai instrumen kerja sama promosi produk. Baik dalam hukum positif maupun Hukum Ekonomi Syariah, sistem *affiliate* marketing ini diakui secara sah untuk melakukan promosi produk barang atau jasa. Penggunaan sistem *affiliate* dalam sosial *Commerce* juga diakui sebagai instrumen promosi produk dalam kedua sistem hukum.

- e. Regulasi terkait izin dan kesepakatan dalam penyelenggaraan affiliate marketer ini diatur oleh hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah. Kedua sistem hukum tersebut memiliki peraturan yang mengatur izin dan kesepakatan terkait penyelenggaraan affiliate marketer. Regulasi ini bertujuan memberikan kerangka hukum yang jelas dalam transaksi di platform sosial *Commerce*.

2. Perbedaan :

- a. Hukum positif didasarkan pada peraturan-peraturan dan undang-undang yang berlaku, sementara Hukum Ekonomi Syariah berakar pada prinsip-prinsip dan ajaran dalam agama Islam.
- b. Regulasi hukum positif merujuk pada peraturan-peraturan khusus yang dikeluarkan oleh pemerintah atau menteri perdagangan, sedangkan pengaturan Hukum Ekonomi Syariah melibatkan prinsip-prinsip syariah, penafsiran hukum oleh lembaga fatwa seperti MUI, dan penafsiran pribadi oleh para ulama.
- c. Perlakuan terhadap hukuman, sanksi atau denda yang di dapatkan oleh pengguna sistem *affiliate* yang melakukan pelanggaran dalam hukum positif mengaturnya dengan tegas dan jelas sementara dalam Hukum Ekonomi Syariah tidak ada memberikan penjelasan yang jelas mengenai itu. Salah satu perbedaan utama antara hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah adalah perlakuan terhadap unsur hukuman, sanksi serta denda yang diterima apabila melakukan pelanggaran.

- d. Hukum positif yang di tinjau dalam undang-undang sudah dengan jelas dan tegas dalam mengaturnya, sementara dalam Hukum Ekonomi Syariah yang di tinjau dari fatwa MUI belum ada penjelasan yang tegas dalam mengaturnya.
- e. Hukum positif memiliki kemampuan yang lebih fleksibel untuk disesuaikan. dan memperbarui peraturan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Di sisi sebaliknya, Hukum Ekonomi Syariah didasarkan pada prinsip-prinsip yang telah di tetapkan dalam ajaran agama, sehingga cenderung memiliki ketetapan yang lebih stabil dan tidak mudah berubah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bahwa Hakikat Affiliate Marketer dalam Hukum di Indonesia yakni Affiliate Marketer adalah individu atau kelompok orang yang menawarkan produk atau layanan kepada pasar atau target pembeli. Dengan kata lain, seorang Affiliate marketer adalah seseorang yang beroperasi di dunia bisnis pemasaran. Affiliate program ini dilakukan menggunakan suatu link yang terhubung langsung ke pemilik produk/merchant. Komisi dari pemasaran produk ini menggunakan persentase dari hasil produk yang dijual atau dengan cara lain tergantung dengan perjanjian oleh kedua belah pihak yang telah bekerjasama. Tugas utama seorang affiliate marketer adalah membantu dalam kegiatan pemasaran produk agar produk tersebut lebih dikenal oleh banyak orang dan mencapai target penjualan yang diharapkan oleh pemilik usaha atau perusahaan. Oleh sebab itu, biasanya para *affiliate marketers* ini berafiliasi atau bekerja sama dengan para produsen dan membantu memasarkan produk mereka secara online.

Bahwa affiliate Marketer dapat dikualifikasikan sebagai Makelar yakni Kedudukan hukum Affiliate Marketer ini sama seperti pedagang perantara yaitu makelar. Bedanya afiliator yang bekerja dalam *affiliate marketing* ini menjadi perantara dagang di dunia digital. Maka dari itu perjanjian dalam *affiliate marketing* ini menggunakan perjanjian sebagaimana perantara dagang

yang diatur dalam KUHP dan KUHD pada umumnya. tentu saja perjanjian yang dilakukan dianggap sah karena tidak menyalahi aturan-aturan dasar perantara dagang dan tetap menjalankan asas-asas perjanjian dengan baik. Adapun Perbedaan Peraturan Hukum Positif dengan Peraturan Hukum Ekonomi Syariah dapat dilihat bahwa Hukum Positif berfokus pada regulasi dan pencegahan penipuan, sedangkan Hukum Ekonomi Syariah fokus pada etika dan moralitas. Hukum positif memiliki aturan sanksi yang jelas tentang sistem *affiliate*, sedangkan Hukum Ekonomi Syariah belum. Meski begitu sistem *affiliate* marketer ini kedudukannya sah dan legal baik dalam hukum positif maupun Hukum Ekonomi Syariah. Namun, tetap penting untuk mengikuti regulasi yang berlaku dan menjalankan praktik bisnis secara etis dan bertanggung jawab.

B. Saran saran

1. Saran untuk Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, ditemukan bahwa dalam hukum positif, penggunaan sistem *affiliate* marketer diakui sebagai legal dan sah. Namun, penting untuk dicatat bahwa belum ada regulasi yang secara spesifik mengatur penggunaan sistem *affiliate* marketer ini secara jelas dan rinci. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah atau otoritas yang bersangkutan mempertimbangkan untuk mengembangkan regulasi yang lebih rinci dan jelas terkait penggunaan sistem *affiliate* marketer. Langkah ini diharapkan dapat memastikan adanya perlindungan

hukum yang memadai bagi pengguna dan mendorong terciptanya transaksi yang adil dalam lingkungan digital.

Bagi para pihak yang berwenang dalam membuat Undang-undang, hendaknya memperhatikan dan memunculkan aturan yang pasti mengenai marketing online, terutama untuk bisnis *affiliate marketing* agar dapat mencapai kepastian hukum bagi para pihak yang berkepentingan di dalamnya.

2. Saran untuk masyarakat

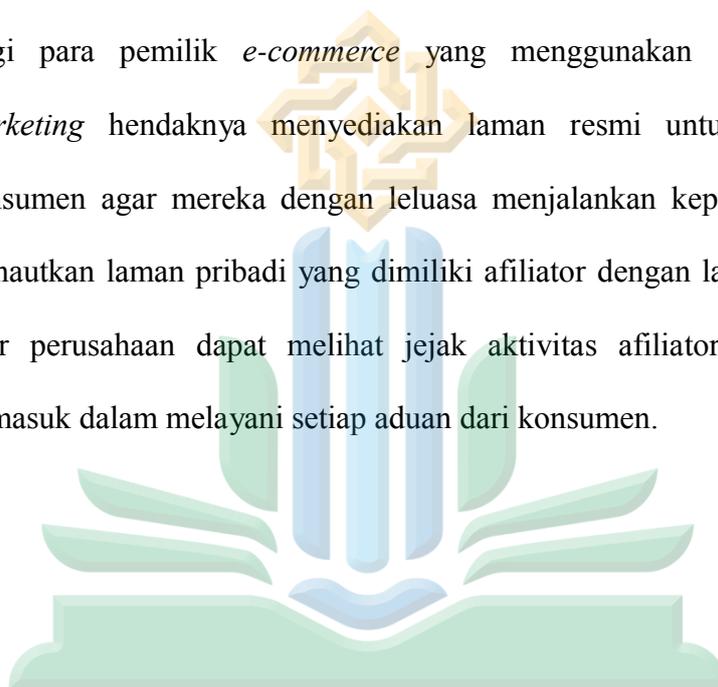
Penting bagi umat Muslim untuk menyebarkan informasi yang akurat dan jujur dalam melakukan transaksi ekonomi (muamalah). Meskipun muamalah tidak diharamkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya, namun penting untuk memahami bagaimana cara menyampaikan informasi yang baik dan benar agar tidak ada pihak yang merugi dalam transaksi tersebut. Saat ini, terdapat berbagai model promosi, iklan, dan penawaran produk yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, bahkan ada yang menggunakan label syariah tanpa memenuhi prinsip-prinsip tersebut. Oleh karena itu, memahami cara yang tepat untuk menyampaikan informasi atau melakukan promosi dengan jujur dan benar menjadi krusial untuk menghindari pelanggaran baik dari segi hukum positif maupun prinsip-prinsip syariah.

3. Saran untuk DSN-MUI

Pentingnya mengeluarkan fatwa tentang *affiliate Marketing* untuk adanya perlindungan hukum yang memadai bagi pengguna dan mendorong terciptanya model bisnis online yang adil berdasarkan prinsip syariah.

4. Saran untuk Merchant

Bagi para pemilik *e-commerce* yang menggunakan strategi *affiliate marketing* hendaknya menyediakan laman resmi untuk afiliator dan konsumen agar mereka dengan leluasa menjalankan kepentingannya dan menautkan laman pribadi yang dimiliki afiliator dengan laman perusahaan agar perusahaan dapat melihat jejak aktivitas afiliator dalam bekerja termasuk dalam melayani setiap aduan dari konsumen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Undang-undang

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

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Undang-undang Albania No. 04/L-077 Tentang Hak dan Kewajiban (Ligji Nr. 04/L-077, Per Marredheniet e Detyrimeve).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 atas perubahan Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Buku

A.Qirom Syamsudin Meliala, Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya, Yogyakarta, Liberty, 2010.

Abdul Ghofur Anshori, Hukum Perjanjian Islam, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2010.

Adolf, Huala, Hukum Perdagangan Internasional. Jakarta: Badan Penerbit Iblam, 2005.

Agus Sardjono dkk, Pengantar Hukum Dagang, PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2014.

Agus, Hermawan. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2012.

- Atmadjaja. Djoko Imbawani, "Hukum Perdata", Malang: Setara Press, 2016.
- Aulia Muthiah, Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016.
- Badruzaman, "Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga
- Badruzaman, Mariam Daru Hukum Perikatan dalam KUH Perdar Buku Ketiga Yurisprudensi", Dokmin serta Penjelasan Bandung Citra Aditya Bakti, 2015.
- Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Iubis, Hukum Perjanjian dalam Islam, (Jakarta: Sinar Grafika), 1996.
- Edmon Makarim, "Kompilasi Hukum Telematika", Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Farida Hasyim, Hukum Dagang, Sinar Grafika, Jakarta 2023.
- Fuady, Munir. Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2003.
- Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, Perikatan yang Lahir dari Undang-undang, Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2004.
- H.M.N Purwosutjipto, 1985, Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia I, Pengetahuan Dasar Hukum Dagang, Djembatan, Jakarta
- H.S, Salim, 2004, Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, Jakarta, Sinar Grafika
- Hasanuddin Rahman. 2003. Contract Drafting Seri Ketrampilan Merancang Kontrak Bisnis. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Hernoko, Agus Yudha, "Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak", Komersial Jakarta Prenadamedia 2010.
- Irfan Ansori, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon", Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Jefferly Helianthusonfn I Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affiliate Marketing Jakarta Gramedia, 2014.
- Kitab Undang Undang Hukum Dagang.
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata.
- Kitab Undang-undang Hukum Pidana.

- M Irsan Hasanudin, *Aspek Hukum Pasar Modal di Indonesia*, Kencana Jakarta 2004.
- Mohd Ma'sum Billah, "Applied Islamic E-Commerce: Law and Practice", Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2008.
- Muhammad Alim, *Asas-asas Negara Hukum Modern Dalam Islam, Kajian Komprehensif Islam dan Ketatanegaraan*, (Yogyakarta : Lkis, 2010).
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011.
- Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Group, 2007.
- Prayitno, *Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia*. Goechi, (2008).
- Prihati Yuniarlin, Endang Heriyani, Dewi Nurul M, "Diktat Hukum Perdata, Yogyakarta", Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2008.
- R. Sughandi, 1980, *KUHP Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Berikut Penjelasannya*, Surabaya, Usaha Nasional.
- R. Wirjono Prodjodikoro, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung, 2016.
- S'to, *Internet Business Classroom Affiliate Marketing* (Jasakom, 2010).
- Setiawan, I Ketut Oka, "Hukum Perikatan", Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Skendar Gojani, 2013. *Kontratat Dhe Klasifikimi I Tyre*. Prishtinëë.
- Soerjono Soekant, *Hukum Perjanjian*, PT Intermedia, Jakarta, 2007
- Soimin Soedharyo, "Kitab Undang-undang Hukum Perdata", Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- Subekti, 1995, "Aneka Perjanjian, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Subekti, 2002, *Hukum Perjanjian* (cetakan ke XVI), Jakarta: PT. Intermedia.
- Subekti, 2002, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermedia.
- Suwandi Chow, "Kaya Dari Affiliate Marketing Dan Forex", Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.

Skripsi dan Jurnal

Adnan Rafiqih, “Sistem Affiliate Dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia”, Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

Ahmad Hanif dkk, *Pertanggung Jawaban Pidana Terhadap Affiliator Aplikasi Platform Binary Option Dalam Prespektif Hukum Indonesia*, Legalitas: Jurnal Hukum vol 15 Nomor 1 Tahun 2023

Ahmad Muhaimin “Analisis Strategi Affililiate Marketing terhadap tingkat penjualan perspektif Hukum Ekonomi islam”, (Skripsi: IAIN Raden Intan Lampung, 2017.

Alya Izdihar Jayur Sinaga, “Keabsahan sistem affiliate pada program shopee perspektif KUHPerdato” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Selatan, Medan, 2022.

Andriyanti dan Siti Ning farida, *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*, Forbiswira Forum Bisnis dan Kewirausahaan, vol 11 Nomor 2 tahun 2022

Artadi ,I Ketut & Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, *Impelementasi Ketentuan-Ketentuan Hukum Perjanjian Kedalam Perancangan Kontrak*, Denpasar: Udayana University Press, 2010.

Atsna Farihatul Ulya “Perlindungan Hukum terhadap afiliasi dalam praktik program afiliasi Lazada.co.id pada Komunitas Lazabot (Kajian perspektif Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam).” Skripsi: Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020.

Ayu Putri Rainah Petung Banjarsari, *Pertanggungjawaban Makelar dan Komisioner kepada Pihak Ketiga Berdasarkan Hukum Dagang Indonesia*. Jurnal Yustisiabel, vol.5, no.1, 2021.

Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee", *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152. <https://doi.org/10.32722/e.v18i2.2495>, 2019.

Desrini Ningsih, Putu Hari Kurniawan, Trisa Liliana. *Strategi Afiliasi Bisnis: Suatu Model Pemilihan Channel Penjualan dan Pengelolaan Hotel Non Jaringan di Kota Batam*. Snistek. Vol 2, No. 1. 2019.

Fathur Rohman, “Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” Skripsi: Universitas Ibrahimy Situbondo, 2010.

- Fauza Husna, *Peran Afiliator dalam Menarik Minat Belanja Konsumen*, Seminar Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol 2 Tahun 2023.
- Gallaugher, John M, Pat Auger, and Anat Barnir, *revenue Streams and Digital Conten Providers: an Empirical Investigagion*, Information & Management, Vol. 38 Nomor 7 Tahun 2001.
- Isdiyana kusuma ayu, (2018), *Peran Pengadilan Negeri Indonesia Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional*, Legality, ISSN: 2549-4600, Vol.26, No.1.
- Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Memenuhi, U., Syarat, S. S.-, Gelar, M., Strata, S., Ilmu, D., & Islam, H. (2014). *Tinjauan hukum islam terhadap praktek kemakelaran dalam jual beli sepeda motor (studi kasus di desa ngerangan bayat klaten)*.
- Ismail Qemali, Affiliate marketing. Can online news portals use successfully affiliated marketing in Albania? *European Journal of Marketing and Economics*, Vol.1, No.3, 2018.
- Isra Misra, Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, 0221.
- Johan Wahyudi, *Dokumen Elektronik Sebagai Alat Bukti Pada Pembuktian Di Pengadilan*, Jurnal Perspektif Vol. 17 Nomor 2 Tahun 2012.
- Khairandy, Ridwan, *Perjanjian Jual Beli*, Yogyakarta : FH UII Press, 2016.
- Muhammad Amir Udin, “Perancangan dan Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjual Produk Herbal Pada Toko La Roiba”, Universitas Dian Nuswantoro, 2014.
- Nury Khorri Jamil & Rumawi, ‘*Implikasi Asas Pacta Sunt Servanda Pada Keadaan Memaksa (Force Majeure) Dalam Hukum Perjanjian Indonesia*’ Dalam *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 5 No. 7 Tahun 2020.
- Nyoman Samuel Kurniawan, *Konsep Wanprestasi Dalam Hukum Perjanjian dan Konsep Utang Dalam Hukum Kepailitan*, Jurnal Hukum, Universitas Udayana Bali, 2013.
- Oxford English Dictionary, *Little Oxford English Dictionary*, California: Oxford University Press, 2006.
- Patricia Dhiana Paramita, Apriyanto Budhi Wibowo, *Pelatihan Earn Money Maker Application Via Smartphone Untuk Meningkatkan Passive Income Warga Di Kelurahan Plamongsari Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*, Vol 5, No 9 (2021).

Pratjaja Winrekso, *Tantangan Undang-Undang Anti Monopoli Dalam Pasar Bebas*, Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum keluarga Islam, Vol 4 Nomor 1 Tahun 2017.

Rahmat Hidayat, *Keterlambatan Pemberitahuan Akuisisi Pada Perusahaan Yang Terafiliasi Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Studi Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) No. 27/KPPUM/2019)*, Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia Volume 1 Nomor 4, 2021.

Ridwan Khairandy. *Pengantar Hukum Dagang*, FH UII PRESS, Yogyakarta, 2006.

Rizky Aresty Fachrysa, *Pengaruh Kemitraan Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Tahu di Indonesia*, Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol. 8 Nomor 2 Tahun 2022.

Roro Ayu Fitri Dwi Wijayanti *“Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee Affiliate”*, (Skripsi, Universitas Islam Malang, 2023).

Setyarsih, E. 2017. Fenomena Makelar Kost dalam Sudut Pandang SosioEkonomi Ditinjau dari Teori Pertukaran Peter Michael Blau. Jurnal Analisa Sosiologi, 6(2), 76– 90.

Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang, 2015.

Website

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Lajnah Pentashihan Mjushaf Al-Qur'an, 2019, <https://archive.org/details/alqurandanterjemahnya>.

FTC, *FTC's Endorsement Guides: What People Are Asking*, Federal Trade Commission, <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/ftcs-endorsement-guides-what-people-are-asking>.

Mariska, Kontrak Hukum, *“Kenali Perbedaan Perikatan dan Perjanjian”*, <https://kontrakhukum.com/article/ketahui-perbedaan-perikatan-dan-perjanjian>.

Oke Finance, Hubungan Afiliasi, <https://economy.okezone.com/read/2012/05/21/226/632525/hubungan-afiliasi>.

Tokopedia Kamuskeuangan, Afiliasi affiliation,

<https://kamus.tokopedia.com/a/Afiliasi/#:~:text=Afiliasi%20Pasar%20Modal%20juga%20bisa,sama%2C%20seperti%20komisaris%20ataupun%20direksi.>

Website Shopee, <https://help.shopee.co.id/portal/article/71217-Syarat-dan-Ketentuan-Program-Afiliasi-Shopee>

[untukIndividu%20previousPage=search%20rekomendasi%20bar?previousPage=other%20articles](https://help.shopee.co.id/portal/article/71217-Syarat-dan-Ketentuan-Program-Afiliasi-Shopee?previousPage=search%20rekomendasi%20bar?previousPage=other%20articles)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melisa Agustin Nurillahi

NIM : S20192113

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syari'ah

Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 13 November 2024
Saya yang menyatakan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



MATERAI
TEMPEL
43022406

Melisa Agustin Nurillahi
NIM. S20192113



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Mataran No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
 e-mail: syariah@uinhas.ac.id Website: www.fsyariah.uinhas.ac.id



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : 5056/Un.22/D.2.K/DA.06.03.C/11/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : MELISA AGUSTIN NURILLAHI
 NIM : S20192113
 Program Studi : HUKUM EKONOMI SYARIAH
 Judul : KEDUDUKAN AFFILIATE MARKETER DALAM HUKUM INDONESIA

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir kurang dari 30%.

Jika di kemudian hari kami mendapati hasil perbaikan yang tidak wajar karena menggunakan cara-cara yang curang, maka surat keterangan lulus cek plagiasi akan kami cabut dan akan kami konfirmasi kepada dosen pembimbing.

Jika hasil perbaikan yang tidak wajar itu diketahui pada saat sidang ujian skripsi, maka semua hasil ujian skripsi akan dibatalkan, dan Anda diharuskan untuk mendaftarkan ujian skripsi lagi setelah memperbaiki skripsi Anda dan mengecek plagiasi lagi pada Akademik Fakultas.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 19 November 2024

a.n. Dekan
 Kepala Bagian Tata Usaha
 Fakultas Syariah



Hesti Widyono Palupi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER



BIODATA PENULIS

Nama : Melisa Agustin Nurillahi

NIM : S20192113

Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 22 Agustus 2001

Alamat : Dusun Bongkoran, RT 001/RW 001, Desa Parijatah
Wetan, Kec Srono, Kab. Banyuwangi.

Email : Melisaagustinnurillahi@gmail.com

Fakultas : Syariah

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Riwayat Pendidikan : 1. SDN 03 Parijatah Wetan

: 2. SMP Al-Azhar Muncar

: 3. MAU Al-Azhar Muncar

: 4. UIN KHAS Jember