

**PRAKTIK KERJASAMA *INFLUENCER* TERHADAP FITUR  
*SHOPEE AFFILIATE PROGRAM* MENURUT HUKUM  
EKONOMI SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.  
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**

**Oleh:**

**AMALIA NUROHMI  
NIM. 1617301054**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIYAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Amalia Nurohmi  
NIM : 1617301054  
Jenjang : S-1  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa naskah Skripsi yang berjudul “PRAKTIK KERJASAMA *INFLUENCER* TERHADAP FITUR *SHOPEE AFFILIATE PROGRAM* MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan buatan orang lain, bukan suduran, dan juga bukan hasil terjemah. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 19 Mei 2023

Saya yang menyatakan



Amalia Nurohmi  
NIM. 1617301054

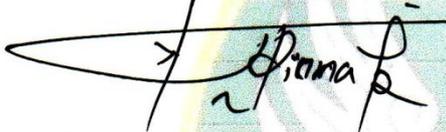
## PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

### **Praktik Kerjasama *Influencer* Terhadap Fitur *Shopee Affiliate* Program Menurut Hukum Ekonomi Syariah**

Yang disusun oleh **Amalia Nurohmi (NIM. 1617301054)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **31 Mei 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



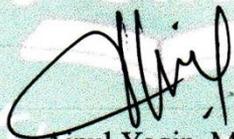
Dr. Hj. Nita Triana, SH., M.Si.  
NIP. 9671003 200604 2 014

Sekretaris Sidang/ Penguji II



Luqman Rico Khashogi, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19861104 201903 1 008

Pembimbing/ Penguji III



Ainul Yaqin, M.Sy.  
NIP. 19881228 201801 1 001

Purwokerto, 13 Juni 2023

Dekan Fakultas Syari'ah



Dr. H. Supani, S.Ag, M.A.  
NIP. 19700705 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 19 Mei 2023

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi  
Sdri. Amalia Nurohmi

Lamp : 4 Eksemplar

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto  
Di Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Amalia Nurohmi  
NIM : 1617301054  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul : **PRAKTIK KERJASAMA INFLUENCER TERHADAP  
FITUR AFFILIATES SHOPEE PROGRAM MENURUT  
HUKUM EKONOMI SYARIAH**

Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam sidang munaqasyah dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian atas perhatiannya, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing



Ainul Yaqin, S.H.I., M.Sy.

NIP. 19881228 201801 1 001

# **PRAKTIK KERJASAMA *INFLUENCER* TERHADAP FITUR *SHOPEE AFFILIATES PROGRAM* MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH**

## **ABSTRAK**

**Amalia Nurohmi**  
**NIM. 1617301054**

Kegiatan afiliasi merupakan kegiatan kedua belah pihak yang terjalin kerjasama serta hubungan agar terpenuhinya kepentingan bersama dalam mencapai sebuah tujuan bersama. Manusia memanfaatkan teknologi untuk kemudahan dalam kegiatan afiliasi, salah satunya memanfaatkan fitur *Shopee Affiliate Program* pada aplikasi *Shopee*. Salah satu media pemasaran yang digunakan para pembisnis dalam menarik konsumen adalah melalui *Influencer* yang mampu memiliki pengaruh terhadap masyarakat atau segmentasi yang akan dituju, kemudian dapat menjadi sasaran promosi dan merk produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami praktik kerjasama antara *Influencer* dan fitur *Shopee Affiliate Program* di wilayah Banyumas, serta untuk mengeksplorasi aspek-aspek hukum ekonomi syariah yang terkait dengan praktik kerjasama antara *Influencer* dan fitur *Shopee Affiliate Program*.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi sesuai dengan keadaan asli pada lapangan. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-sosiologis. Subjek dalam penelitian ini adalah *Influencer Instagram* dan *facebook* yang ada di Kabupaten Banyumas. Sedangkan objek yang diteliti adalah kerjasama *Influencer* dari fitur *affiliates* pada aplikasi *shopee* menurut hukum ekonomi syariah. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penelusuran, membaca dan mencatat, tindakan selanjutnya adalah penyusunan data, mengklasifikasinya, yang kemudian dilanjutkan dengan penganalisaan data yang menghasilkan kesimpulan

Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa *influencer* mempromosikan suatu produk, *influencer* akan mengarahkan calon pembeli ke alamat url afiliasi tersebut. Ketika url afiliasi itu terbuka, maka calon pembeli akan diarahkan ke *website* penjualan produk milik vendor. Ketika calon pembeli hendak membeli produk, maka transaksi tadi akan tercatat atas nama *Influencer* tersebut. tunggu ada yang membeli dari link tersebut dan akan mendapat komisi hingga 10% dari setiap transaksi lewat link afiliasi tersebut. Praktik Kerjasama afiliasi ini menggunakan akad *samsa>rah* karena salah satu bentuk perantara antara penjual dan pembeli. Dalam pandangan Hukum Ekonomi Syariah, praktik kerjasama antara *Influencer* dan *shopee affiliate program* diperbolehkan karena telah memenuhi syarat dan rukun dalam akad *Samsārah*.

**Kata Kunci:** *Hukum Ekonomi Syariah, Influencer, Shopee Affiliate Program, Akad Samsārah*

## **MOTTO**

”Hidup itu indah, hadapi dengan senyuman dan tetap semangat”



## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, Sholawat serta salam saya curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Saw. Alhamdulillah dengan terselesaikannya skripsi ini, dengan penuh syukur penulis persembahkan karya sederhana ini untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Syatibi dan Almrh Ibu Jahro yang telah merawat saya dengan penuh kasih sayang, mendidik saya dengan penuh kesabaran, selalu memberikan saya semangat, motivasi, untuk saya meraih cita-cita. Saya ucapkan banyak terimakasih untuk Do'a yang tak henti-hentinya dicurahkan untuk kelancaran dan kesuksesan saya, serta segala bentuk cinta dan kasih sayang yang telah diberikan untuk setiap perjalanan hidup saya.
2. Kepada kakak saya Qosmus Yubbaniaji, Agus Triana, Alifah Masruroh, Nurul Maghfiroh dan adik saya Bagus Purnomo yang selalu memberikan saya semangat dari awal saya menjalani pendidikan sampai akhir. Saya ucapkan terimakasih banyak untuk tetesan kringat yang sudah kakak perjuangkan untuk pendidikan saya.
3. Kepada suami saya Gilang Pamungkas Ade Chandra, yang selalu mendukung, mendoakan, menuruti keinginan saya, penyabar, penguat saya dan selalu mendengarkan keluh kesah saya. Saya ucapkan terima kasih telah menjadi imam yang terbaik untuk saya,
4. Kepada anak saya yang saya cintai dan saya sayangi Muhammad Hamzah Al-Asyrof, yang telah hadir dikehidupan saya sebagai anak penurut, sholeh, cerdas, dan selalu menemani saya untuk menyusun skripsi ini.

5. Kepada Sahabat-sahabat saya Ratna Safitri dan Fitri Ayu Mawardah yang selalu memotivasi dan memberikan semangat. Saya ucapkan terimakasih telah banyak membantu dan mengarahkan saya sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman seperjuangan HES B 2016, yang telah banyak membantu saya semoga di perjalanan hidup nantinya, kita semua diberi kesuksesan.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'l'amin, segala puji syukur hanya milik Allah Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat serta kepada para pengikutnya yang telah memberikan petunjuk kepada umat manusia dengan kemuliaan akhlaknya untuk mencapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Rasa syukur yang mendalam atas segala pertolongan dan kasih sayang yang telah Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” **PRAKTIK KERJASAMA INFLUENCER TERHADAP FITUR AFFILIATES SHOPEE PROGRAM MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH**” sebagai salah satu syarat kelulusan di fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini, penulis bermaksud mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Supani, S.Ag., M.A., Selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Bapak Dr. Mawardi, M.Ag., Selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Dr. Hj. Nita Triana, M.Si., Selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

4. Bapak Hariyanto, S.H.I, M.Hum. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Bapak Agus Sunaryo, S.H.I., M.S.I., Selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Bapak Sugeng Riyadi, S.E., M.Si., Selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Bapak Ainul Yaqin, S.H.I., M.Sy., Selaku Koordinator Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Bapak Ainul Yaqin, S.H.I., M.Sy., Selaku Pembimbing skripsi yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan staf administrasi Fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Segenap staf administrasi perpustakaan UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kepada Orang tua penulis Bapak Syatibi dan almrah Ibu Jahro kakak penulis, Qosmus Yubbaniaji, Agus Triana, Alifah Masruroh, Nurul Maghfiroh dan adik penulis Bagus Purnomo. Terimakasih atas cinta dan kasih sayangnya, serta doa, semangat dan dukungan selama ini, semoga keberkahan dan kebahagiaan senantiasa selalu menyertai.
12. Kepada suami penulis Gilang Pamungkas Ade Chandra, terima kasih dan sayangnya,serta doa, semangat dan dukungan selama ini, semoga keberkahan, kebahagiaan senantiasa selalu menyertai kita.

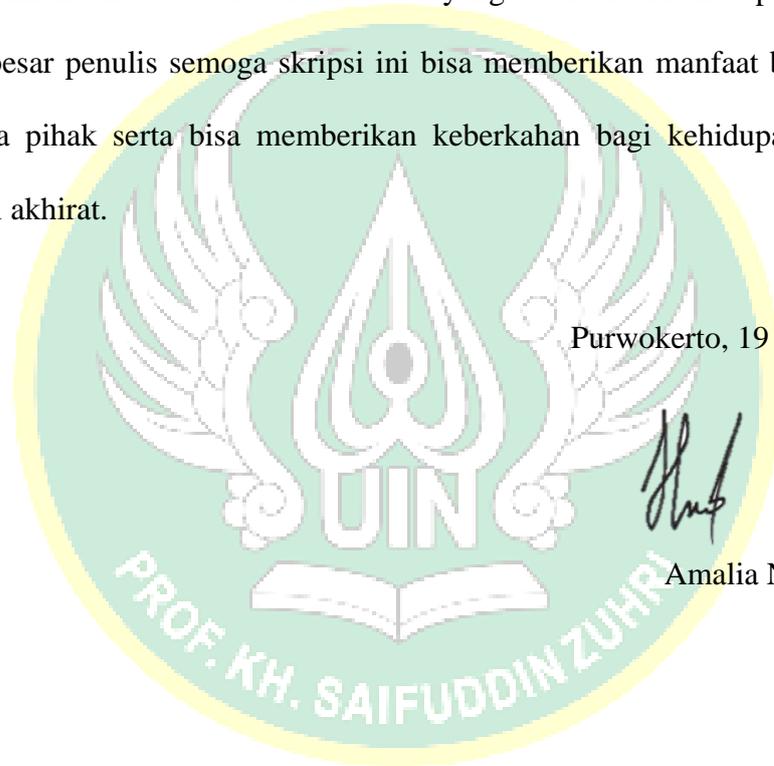
13. Teman-teman HES 16 dan teman-teman seperjuangan selama kuliah.
14. Tidak lupa terimakasih kepada diriku sendiri yang mampu berjuang dengan perjuangan yang luar biasa dari awal menempuh pendidikan sampai akhir yang terkadang *up and down*, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih atas bantuan serta doa yang telah diberikan kepada penulis. Harapan besar penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak serta bisa memberikan keberkahan bagi kehidupan di dunia maupun di akhirat.

Purwokerto, 19 Mei 2023



Amalia Nurohmi



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ṡa	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Ze (dangan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṡad	ṡ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

**B. Ta’ Marbūtah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h***

المصلحة	Ditulis	<i>Maslahah</i>
المرسلة	Ditulis	<i>Mursalah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

**C. Vokal Pendek**

ـَـ	Fathah	Ditulis	A
ـِـ	Kasrah	Ditulis	I
ـُـ	D’ammah	Ditulis	U

**D. Vokal Panjang**

1.	Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
	صاحب المال	Ditulis	<i>ṣāḥib al-māl</i>
2.	Kasrah + ya’mati	Ditulis	<i>Ī</i>
	الزحيلي	Ditulis	<i>Al-Zuḥaylī</i>
3.	D’ammah + waw mati	Ditulis	<i>Ū</i>
	مبرور	Ditulis	<i>Mabrūrīn</i>

### E. Vokal Rangkap

1.	Fatḥah + ya' mati	Ditulis	Ayat
	وهبه الزحيلي	Ditulis	Wahbah al-Zuhaylī

### F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القراض	Ditulis	<i>Al-Qirāḍ</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

الدليل	Ditulis	<i>Ad-Daḥillu</i>
الترمذي	Ditulis	<i>At-Tirmizī</i>

### G. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ	Ditulis	' <i>amalur rojuli biyadihi</i>
---------------------------	---------	---------------------------------

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG <i>SAMSĀRAH</i>,</b>	
<b><i>INFLUENCER DAN SHOPEE AFFILIATE PROGRAM</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>A. Tinjauan Umum Tentang <i>Samsārah</i> .....</b>	<b>20</b>
1. Pengertian <i>Samsārah</i> .....	20
2. Dasar Hukum <i>Samsārah</i> .....	23
3. Rukun dan Syarat <i>Samsārah</i> .....	26

4. Jenis-jenis <i>Samsārah</i> .....	29
<b>B. Tinjauan Umum Tentang <i>Influencer</i></b> .....	37
1. Pengertian <i>Influencer</i> .....	37
2. Dasar Hukum <i>Influencer</i> .....	40
3. Pengaruh <i>Influencer</i> di dunia Digital .....	41
4. Jenis-Jenis <i>Influencer</i> .....	43
<b>C. Tinjauan Umum Tentang <i>Shopee affiliate program</i></b> .....	44
1. Pengertian <i>Shopee affiliate program</i> .....	44
2. Mekanisme Pendaftaran <i>Shopee affiliate program</i> .....	45
3. Keuntungan Mengikuti <i>Shopee affiliate program</i> .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian .....	48
C. Sumber Data Penelitian.....	48
D. Pendekatan Penelitian .....	49
E. Penentuan Subjek dan Objek Penelitian.....	50
F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Metode Analisa .....	52
<b>BAB IV PRAKTIK KERJASAMA AFFILIATE SHOPPE</b>	
<b>PROGRAM MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH...</b>	55
A. Gambaran Umum Tentang <i>Shopee</i> .....	55
1. Sejarah Berdirinya <i>Shopee</i> .....	55
2. Visi, Misi dan Tujuan <i>Shopee</i> .....	57

3. Fitur dan macam-macam produk <i>Shopee</i> .....	57
B. Praktik Kerjasama <i>Shopee affiliate program</i> .....	60
C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kerjasama <i>Influencer Terhadap Shopee affiliate program</i> .....	66

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam tidak hanya mengatur tentang ibadah saja tetapi Islam memiliki sifat dinamis dan fleksibilitas. Sifat dinamis dan fleksibilitas dari hukum Islam Dalam hukum Islam yang digunakan berbeda dengan hukum modern. Walaupun hukum Islam memiliki sifat Dinamis tetapi masih berdasarkan al-Qur'an dan Hadits yang menjadi pokok utama pedoman umat Islam. Norma-norma hukum Islam berpusat kepada al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW, keduanya dalam hukum Islam disebut dengan hukum syariah.

Manusia menjadi salah satu makhluk ciptaan Tuhan yang dianugerahkan memiliki nalar, fikir, merasa, mencipta dan berkarya menjadi bentuk perkembangan diri sesuai dengan harkat, martabat dan segala bentuk keberadaannya. Keberadaan arus globalisasi saat ini terasa menjadi arena kompetisi dalam melakukan aktivitas ekonomi, terlihat banyak inovasi, metode dan cara yang digunakan demi mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dan meminimalisir resiko sekecil-kecilnya dengan dukungan akses teknologi yang semakin canggih.<sup>1</sup> Dalam hal ini Islam harus mampu merespon perubahan arus globalisasi baik dari segi ekonomi, sosial maupun kerjasama. Kerjasama dalam Islam merupakan seseorang yang telah melakukan kesepakatan untuk saling percaya dalam menjalankan sesuatu (muamalah).

Setiap kegiatan transaksi muamalah harus memiliki kejelasan dalam

---

<sup>1</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 2.

mengategorikan akad yang akan dipakai. Akad dalam transaksi sangat berpengaruh terhadap syarat dan rukun dalam transaksi muamalah. Karena akad dapat berpengaruh besar terhadap fungsi dan objek transaksi, sehingga transaksi muamalah bisa dikatakan sah apabila telah terpenuhi syarat dan rukunnya. Kebalikannya, apabila akadnya tidak diketahui atau batal, maka secara otomatis rukun dan syaratnya akan tidak terpenuhi.<sup>2</sup> Beberapa model-model akad kerjasama yang tidak asing dalam transaksi muamalah seperti *muzrā'ah*, *mukhābarah*, *ijarāh*, *musāqah*, *syirkah*, *muḍārabah*, dan *samsārah*. *Samsārah* ialah akad yang terjadi antara pemilik barang dengan orang yang menjualkan barang. Seorang pemilik barang akan memberikan upah kepada orang menjualkan barang dengan upah yang sesuai dengan usahanya. Praktik kerjasama dalam Islam dan Konstitusi diperbolehkan apabila tidak melanggar ketentuan kerjasama yang ditentukan dalam Islam dan Konstitusi, seperti kejelasan kontrak (akad), hak, kewajiban dan target yang telah disepakati secara bersama. Seiring dengan munculnya basic kerjasama digital menjadi perhatian khusus dalam merespon agar tidak ada pihak yang dirugikan.

*Disruption* menjadi *trend* masa kini *trend* ini dilakukan untuk mengakses segala hal yang kita butuhkan dengan mudah dan praktis mulai dari usaha yang membutuhkan jaringan digital untuk menghubungkan dengan konsumen tanpa harus membuang waktu dan dikemas dengan proses instan. Situasi *pandemic* sangat mendorong manusia untuk mengakselerasikan *trend* pemasaran dilalui dengan sangat cepat dan mudah dengan hanya duduk manis mampu memantau

---

<sup>2</sup> Nur Wahid, *Multi Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 1.

produk, barang yang kita inginkan dan dilakukan pembayaran yang sistemik. Jika dilihat sejarah pemasaran diawali dengan cara yang paling klasik lewat mulut ke mulut, pemasangan sepanduk hingga metode pemasaran digital.

Dengan pesatnya teknologi masa kini maka semakin pesat pula orang dalam memasarkan dagangannya lewat *platform* digital untuk mempromosikan *brand* atau produk melalui situs *e-commerce*, iklan *google*, dan *marketplace*. Karena beberapa *platform* tadi memiliki banyak sekali peminat jumlah konsumen yang banyak. Hal tersebut bisa dilihat dari rating dalam beberapa aplikasi di *playstore*. Internet *marketing* sekarang ini berkembang pesat dikenal dengan program afiliasi. Program afiliasi ialah konsep kerjasama yang membentuk perhubungan, kerjasama dan keterkaitan atau pertalian dua pihak yang didalamnya kemudian terdiri atas satu pihak yang menjadi anggota dari satu pihak yang lainnya.

Kegiatan yang melibatkan kedua belah pihak yang terjalin kerjasama serta hubungan agar terpenuhinya kepentingan bersama dalam mencapai sebuah tujuan bersama. Kegiatan afiliasi ini sangat ditopang dengan mudah karena sebagian besar era zaman sekarang menggunakan transaksi *online*.<sup>3</sup> Sejak saat itulah pembisnis semakin kompetitif karena setiap pembisnis selalu mencari cara untuk lebih mampu menarik konsumen hingga banyak bentuk pemesanan yang diadopsi, baik melalui sarana pemesanan *offline* maupun *online*. Salah satu media pemasaran yang digunakan para pembisnis dalam menarik konsumen adalah melalui *Influencer* yang mampu memiliki pengaruh terhadap masyarakat atau

---

<sup>3</sup>Supriyandi, Muhamad Zen dkk, *Pemasaran Di Era Digital: Tantangan dan Solusi* (Medan: Kita menulis, 2021), hlm. 11.

segmentasi konsumen yang akan dituju, kemudian dapat menjadi sasaran promosi dan merk produk tersebut. Penggunaan jasa *Influencer* ini menempati sebagai pembeli atau pengguna produk mereka.<sup>4</sup>

*Influencer* bisa merupakan *selebritis*, *blogger*, *youtuber*, ataupun seorang *public figure* yang dianggap penting dikomunitas tertentu. Umumnya seseorang *Influencer* memiliki jutaan pengikut (*follower*) dimedia sosial, namun tidak selalu demikian. Seseorang dengan *follower* ribuan juga bisa disebut *Influencer* jika punya pengaruh pada *audince*.<sup>5</sup> *Blogger* yang akhirnya memang bisa menghasilkan uang melalui kegiatan *blogging*-nya. Ada yang kemudian membuka bisnis toko *online*, ada yang lebih memilih bisnis *afiliasi* dan *adsense*, tak kurang banyak pula memilih dan menerima *job review* dari berbagai *brand*. Apa lagi kini *blogger* sudah dianggap sebagai *Influencer* yang cukup efektif dalam strategi *marketing*.<sup>6</sup>

Afiliasi ini dianggap sebagai internet marketing yang massif dan paling berpotensi mendekati dengan konsumen.<sup>7</sup> Terdapat banyak program afiliasi yang didirikan oleh pelaku usaha mulai dari program afiliasi dalam kategori *domain* dan *hosting*, *marketplace*, *fashion*, bisnis, buku *e-commerce*, aplikasi atau *tool*, *supplier*, *freelance*, dan masih banyak lagi.<sup>8</sup> Sedangkan *affiliate* sendiri adalah orang yang memasarkan produk milik orang lain di internet dengan imbalan

---

<sup>4</sup> Wulan Purnamasari dan Lydia Irena, *Komunikasi, Kontemporer dan Masyarakat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umar, 2019), hlm. 265.

<sup>5</sup> Hadion Wijoyo dan Yoyok Cahyono, dkk, *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal* (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2020), hlm. 75.

<sup>6</sup> Carolina Ratri, *Blogging Have Fun and Get The Money* (Jogjakarta: Cv. Diandra Prima Mitra Media, 2015), hlm. 5.

<sup>7</sup> Anonim, "Mengenal Arti Kata Afiliasi dan Perannya dalam Konteks Marketing, Pasar Modal, Psikologi, dan Organisasi", <https://www.cermati.com>, diakses pada 19 agustus 2021.

<sup>8</sup> Muhammad Sholeh, "Daftar Program Affiliate Marketing Terbaik Indonesia", <http://kirim.email/daftar-affiliate-marketing-terbaik-indonesia.com>, diakses pada 19 agustus 2021.

komisi dari setiap produk yang terjual lewat pengaruh *affiliate* yang bersangkutan, komisi ini akan diberikan apabila penjualan tersebut melalui pendekatan serta penjualan produk yang dihasilkan oleh *affiliate* tersebut.<sup>9</sup>

Bagi *Influencer* yang ingin menjadi *afilior* maka harus mengikuti program *affiliate* dengan cara mendaftar atau registrasi di *website* resmi setiap program *affiliate* seperti salah satu fitur yang ada di *shopee* yaitu *shopee affiliate program*. *Shoopee affiliate* program adalah program yang ditawarkan *shopee* dengan menawarkan *income* tambahan bagi *Influencer* yang mempromosikan produk-produk *shopee* di media sosial, seperti *facebook*, *tiktok*, *instagram*, *youtube* dan lainnya. Pihak *Influencer* yang ingin mengikuti *shopee affiliate program* maka harus melakukan pendaftaran atau registrasi pada *website* resmi *shopee affiliate program* dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak *shopee*.<sup>10</sup>

Ketika *Influencer* mempromosikan suatu produk, *Influencer* akan mengarahkan calon pembeli ke alamat *url afiliasi* tersebut. Ketika *url afiliasi* itu terbuka, maka calon pembeli akan diarahkan ke *website* penjualan produk milik vendor. Ketika calon pembeli hendak membeli produk, maka transaksi tadi akan tercatat atas nama *Influencer* tersebut.

Pada praktiknya *Influencer* lebih dulu mengeluarkan sejumlah biaya untuk membuat konten mempromosikan produk, membeli paket data dan merancang inovasi caption dalam setiap produk yang ingin di promosikan serta apabila upaya

---

<sup>9</sup> Salmiah, Fajrillah, dkk, “*Online Marketing*”, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 98.

<sup>10</sup> Anonim, “*Inspirasi Shopee Affiliates Program*”, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/> Diakses pada 19 agustus 2021.

yang dilakukan tidak ada calon pembeli yang mengunjungi *url* tersebut maka tidak akan ada penghasilan yang didapat dan jika ada produk yang berhasil di dapat tidak ada ketentuan penghasilan yang jelas dalam masing-masing produk yang di promosikan. Jika hal ini tidak ada apresiasi dari pihak *Shopee affiliate program* ketika produknya tidak terjual maka *Influencer* dianggap mengalami kerugian.

Praktik dimana seseorang bekerja untuk orang lain dengan suatu upah yang memiliki keterkaitan antara penjual dengan pembeli demi memperkuat usaha yang dijalankan dengan melibatkan orang lain dinamakan dengan *Samsārah*.<sup>11</sup> Menurut hukum ekonomi syari'ah *Samsārah* perantara antara suatu perusahaan jasa dengan pihak yang membutuhkan atau memerlukan jasa mereka (produsen dan pemilik barang) agar mempermudah adanya transaksi jual beli beserta upah yang telah disepakati sebelum terjadi akad kerjasama tersebut.<sup>12</sup> Dalam istilah bahasa indonesia *Samsārah* disebut dengan makelar. Sesuai dengan pasal 76 s/d 85 KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang), makelar atau *Samsārah* adalah pihak yang menyelenggarakan suatu pihak yang menyelenggarakan bisnis dengan melakukan perbuatan menutup persetujuan atas nama diri pribadi atau perusahaan sendiri, tapi atas amanah dan tanggungan atau jaminan pihak lain dan dengan menerima upah, kompensasi, komisi, atau provisi tertentu. Maka, pekerjaan makelar atau perantara tersebut tidak ada celanya dan cacat serta masih

---

<sup>11</sup> Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 231.

<sup>12</sup> Yusuf Al-Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Terjemah Mu'alam Hamidy (Surabaya: Bina Ilmu, 1993).hlm. 68.

sejalan dengan ajaran Islam.<sup>13</sup>

Dalam ketentuan *Samsārah* memuat hak dan kewajiban secara rinci seperti upah kompensasi harus diketahui kedua belah pihak agar tidak ada salah paham dan objek transaksi bukan merupakan benda-benda yang bersifat maksiat atau diharamkan oleh agama. Objek transaksi yang legal dan upah kompensasi yang jelas telah ditentukan merupakan syarat terpenting yang dihaurskan oleh para ulama. Imbalan/ Upah yang harus dibayarkan kepada *simsār* adalah berdasarkan perjanjian. Apabila jumlah upah/ imbalan yang didapatkan oleh *simsār* tidak diketahui maka dapat kembali ke hukum adat yang berlaku di Masyarakat Indonesia. Rata-rata di Indonesia tradisi yang berlaku seorang *simsār* berhak memperoleh upah atau Imbalan antara 2,5% sampai dengan 5%.<sup>14</sup> Dalam hal ini demi memperluas jaringan produk *Shopee* yang lebih luas, pihak *Shopee* membuka sistem *Shopee affiliate program* dimana *Influencer* ini memiliki *followers* banyak, orang yang ingin mendapatkan penghasilan tanpa modal besar, atau pihak-pihak yang ingin mendapatkan pemasukan tambahan, dari hal ini penulis menganggap bahwa *Influencer* merupakan *simsār* sedangkan jika berbicara kedudukan *Shopee* sebagai media penjualan sedangkan *Influencer* sebagai *samsārah*.

Dari latar belakang tersebut dan hasil pengamatan penulis, kerjasama yang dilakukan *Influencer* dengan pihak *Shopee affiliate program* dianggap belum memberikan proses kerjasama yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan dalam hipotesis penulis menganggap itu tampak sebagai akad *samsārah*, hanya

<sup>13</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), hlm. 290.

<sup>14</sup> Masfik Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: CV Haji Mas Agung, 1993), hlm 122-123.

saja masih perlu untuk diteliti apakah praktiknya sesuai dengan ketentuan akad *samsārah*, dengan ini penulis tertarik mengkaji lebih dalam dengan judul **“PRAKTIK KERJASAMA *INFLUENCER* TERHADAP FITUR *SHOPEE AFFILIATE PROGRAM* MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH”**

## B. Definisi Operasional

Beberapa istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini agar memudahkan peneliti dalam memperoleh pemahaman terhadap makna dari beberapa kalimat yang menjadi *granddesign* dalam judul permasalahan ini sebagai berikut:

### 1. *Shopee Affiliate Program*

*Shopee Affiliate Program* adalah program yang ditawarkan *shopee* dengan menawarkan *income* tambahan bagi *Influencer* yang mempromosikan produk-produk *shopee* di media sosial, seperti *facebook*, *tiktok*, *instagram*, *youtube* dan lainnya. Pihak *Influencer* yang ingin mengikuti *shopee affiliate program* maka harus melakukan pendaftaran atau registrasi pada *website* resmi *Shopee affiliate program* dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak *shopee*.<sup>15</sup>

### 2. *Influencer*

*Influencer* adalah orang yang mampu memberikan pengaruh minat masyarakat. *Influencer* bisa merupakan *selebritis*, *blogger*, *youtuber*, *tik toker* ataupun seseorang *public figure* yang dianggap penting dikomunitas tertentu.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Anonim, “*Inspirasi Shopee Affiliates Program*”, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/.com>, diakses pada 11 Agustus 2021.

<sup>16</sup> Musnaini, dkk, *UMKM Digital Era New Normal* (Suluk: CV insan cendikia mandiri, 2021), hlm. 58.

*Influencer* mempunyai penilaian yang baik serta tingkat kesukaan serta kepercayaan dari beberapa *followersnya* dan mampu memberikan inspirasi dan pengaruh terhadap minat dari *followers* yang mengikutinya. *Influencer* dapat digolongkan sebagai artis kecil-kecilan yang memiliki arti sebagai gaya berubah dalam meningkatkan popularitas pada media sosial dengan pemanfaatan teknologi berupa Tiktok dan Instagram.<sup>17</sup>

### 3. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah adalah kumpulan aturan yang berkaitan dengan praktik-praktik ekonomi yang sesuai dengan ajaran Hukum Islam yang berlaku yang bersifat komersial maupun non komersial.<sup>18</sup>

#### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik kerjasama *Influencer* dari fitur *shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee*?
2. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap praktik kerjasama *Influencer* dari fitur *Shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee*?

#### D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Setelah menjelaskan rumusan masalah peneliti perlu menjabarkan tujuan dan manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *Shopee affiliate program*.

---

<sup>17</sup> Sri Desti Purwaningsih, "Marketing Digital Campign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 4, No.2, Juli 2021, hlm.37.

<sup>18</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Dilembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), hlm. 2.

2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap kerjasama *Influencer* terhadap fitur *Shopee affiliate program*.

Berdasarkan hal tersebut diatas, manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dan menambah keilmuan Islam serta informasi mengenai praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *Shopee Affiliate Program* menurut Hukum Ekonomi Syariah. Diharapkan pula dapat menjadi bahan bacaan, referensi, dan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang persoalan Hukum Ekonomi Syariah serta memberikan ilmu kepada generasi berikutnya berkaitan dengan praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *Shopee Affiliates Program* pada aplikasi *Shopee* menurut perspektif hukum ekonomi syariah.
- b. Memberikan kontribusi kepada pelaku bisnis dan masyarakat pada umumnya tentang bagaimana itu praktik kerjasama yang terjadi antara *Influencer* terhadap fitur *Shopee affiliate program* di aplikasi *Shopee* dilihat dalam pandangan hukum ekonomi syariah.

## **E. Kajian Pustaka**

Kajian Pustaka merupakan kumpulan-kumpulan penelitian yang sudah pernah dibahas seputar permasalahan yang menjadi titik jelas dimana posisi permasalahan dari penelitian ini sebagai acuan tentang persamaan dan perbedaan

dari penelitian-penelitian terdahulu. Objek penelitian adalah objek yang bersifat penelitian lapangan (*field research*) sebagai sistem penghasilan *Influencer* dari fitur *Shopee affiliate program* pada aplikasi *Shopee*. Dalam permasalahan ini peneliti mengacu pada beberapa literatur yang masih berkaitan erat dengan pembahasan diantaranya sebagai berikut:

Skripsi karya Karina Nur Setyaningsih yang berjudul "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap *samsārah* dalam Jual Beli Online di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga". Penelitian yang dilakukan oleh saudara Karina membahas tentang satu usaha dengan penggunaan akad *samsārah* yang penerapannya diimplementasikan dalam sistem jual beli online antara partner dengan sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia tersebut sebelumnya diajari tentang cara-cara menjadi makelar di Kampung Makelar. Jadi, bisa dikatakan di Kampung Makelar bukan hanya mendidik saja tetapi juga diberdayakan dan dilatih dengan ilmu-ilmu pendidikan teknologi agar nantinya bisa menjadi kolaborasi dengan para pembisnis di seluruh tanah air.<sup>19</sup>

Dari hasil temuan yang di tuliskan saudara Karina menghasilkan bahwa praktik yang dilakukan dikampung marketer sudah selaras dengan hukum Islam pasalnya kampung *marketer* sudah menyesuaikan dengan syarat dan rukun *samsārah*.

Skripsi karya Munawir yang berjudul "Sistem Penetapan Komisi Dan Provisi Agen Dalam Jual Beli Mobil Menurut Hukum Islam, penelitian ini membahas tentang CV. Mitra Mobil Banda Aceh yang begitu fleksibel dalam

---

<sup>19</sup> Karina Nur Setyaningsih, "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Samsarah Dalam Jual Beli Online di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga", *Skripsi* (Purwokerto: Institut agama Islam negeri Purwokerto,2020), hlm. 5.

menjalankan beberapa fungsi dan kegiatan transaksi. Adakalanya perusahaan tersebut bertindak sebagai penjual yang memiliki agen dan adakalanya perusahaan bertindak sebagai agen yang menjual mobil dari pemilik lain, Pada fungsi pertama perusahaan menetapkan komisi kepada agen Rp 1.000.000 setiap unit mobil yang terjual dengan berbagai merek. Pada fungsi kedua besaran komisi bukan ditetapkan oleh pemilik mobil, akan tetapi pihak perusahaan yang bertindak sebagai agen yang menetapkan berapa besaran komisi harus dibayarkan oleh pemilik mobil kepada pihak perusahaan dan juga ada biaya lain yang harus dibayar oleh pemilik mobil, ini sangat memberatkannya. Sering terjadinya manipulasi dalam penetapan harga dan penjelasan kondisi mobil. Pihak agen sering kali berbohong dalam menjelaskan kondisi dari mobil kepada para calon pembeli agar nantinya perusahaan memperoleh keuntungan provisi yang sebesar-besarnya.<sup>20</sup>

Dari hasil temuan yang dituliskan oleh saudara Munawir bahwa keuntungan yang diambil berbentuk persen pada komisi agen, selain memperoleh komisi agen juga memperoleh keuntungan provisi dari hasil kelebihan harga mobil yang dijual kepada pembeli di atas harga jual mobil. Dalam transaksi jual beli ini agen menawarkan harga di atas pasaran demi meraih keuntungan provisi hal ini tidak mencerminkan kemasalahatan dan tidak ada kesan tolong menolong antara sesama pihak yang melakukan transaksi.

Skripsi Karya Aulia Nuraini yang berjudul “Jual Beli Dalam Praktek *Affiliate Marketing* Pada *Internet Marketing E-Commerce* Dalam Perspektif

---

<sup>20</sup> Munawir, “Sistem Penetapan Komisi Dan Provisi Agen Dalam Jual Beli Mobil Menurut Hukum Islam”, *Skripsi* (Bandan Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2017), hlm. 4.

Hukum Islam”, penelitian ini membahas tentang Sistem komisi yang diberlakukan di pada praktek *affiliate marketing* ialah *pay per sale* (PPS). Dimana para *affiliate marketer* mendapatkan komisi dari setiap transaksi jual beli dengan perantara iklan atau *link affiliate* yang disematkan di blog atau situs milik *affiliate marketer* tersebut. Jumlah komisi yang dijanjikan dalam setiap transaksi beragam sesuai dengan perjanjian yang berlaku diantara *affiliate marketer* dengan *merchant*. Komisi tersebut diambil dari sebagian presentase harga produk yang terjual.<sup>21</sup>

Hasil penemuan akhir yang dituliskan oleh Aulia Nuraini ialah *affiliate marketing* dapat di qiyaskan dengan *jialah* dimana terdapat banyak kemiripan keduanya berupa pengertian, rukun *jialah* dan mekanismenya. Praktek *affiliate marketing* baik dalam proses akad yang dilakukan *affiliate marketer* terhadap pembeli maupun vendor yang menentukan akad kepada pembeli dan pihak pembeli menyerahkan bayaraanya kepada *merchant*, selama akad dan ketentuan yang ada di didalamnya tidak menyelahi ketentuan syariah, maka praktik jual beli maupun bisnis *affiliate marketing* tersebut diperbolehkan.

Skripsi karya Irfan Ansori yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *AffiliateMarketing* Amazon”, penelitian ini membahas tentang sistem komisi yang digunakan Amazon. Sistem koimisi yang digunakan Amazon adalah *pay per sale* melalui pemberian persentase komisi dari total harga penjualan barang yang dibeli konsumen, melalui iklan atau *affiliate link* yang dipasang oleh

---

<sup>21</sup>Aulia Nuraini, “Jual Beli Dalam Praktek *Affiliate Marketing* Pada Interne tMarketing E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Skripsi* (Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, 2018), hlm. 2.

*affiliate marketer* tersebut pada blog mereka.<sup>22</sup>

Dari hasil temuan yang di tulis saudara Irfan Ansori ialah program *afiliasi* yang di miliki oleh amazon termasuk klasifikasi pengupahan (ujrah) dalam Islam mekanisme kerja dilakukan secara transparan serta akuntabel sehingga menghindarkan dari hal-hal yang dapat merusak akad keduanya. Serta jika disepesifikasikan hal ini masuk pada kategori akad *Ju'alah* yakni bentuk komitmen untuk memberikan imbalan atas sesuatu pencapaian hasil yang telah ditentukan. Aplikasi produk, mekanisme kerja serta pembayaran affiliate marketing tidak bertentangan dengan hukum Islam, karena barang yang dipasarkan melalui affiliatsi tidak dipasangkan melalui afiliasi tidak dipasang pada *web/blog* yang mengandung unsur pornografi, judi, serta hal-hal lain yang bertentangan dengan hukum Islam.

Jurnal karya Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah yang berjudul “Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. *Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (Hni-Hpai)* Dalam Perspektif Akad *Samsarah*”, penelitian ini membahas tentang Sistem Pembagian Keuntungan pada PT. *Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI)*. Member, agen/*reseller*, dan perusahaan mempunyai keuntungan yang diperoleh dengan cara yang berbeda-beda. Semakin tinggi kedudukannya maka semakin besar pula keuntungannya yang akan didapat. Keuntungan yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan jumlah poin yang telah ditetapkan khusus oleh perusahaan pada setiap produknya. Dalam menentukan poin juga dilihat dari tingkatan

---

<sup>22</sup> Irfan Ansori, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon”, *Skripsi* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), hlm. 2.

Marketingnya, baik itu dari tingkatan member maupun daritingkatan tertinggi (*Executive Director*).

Dari hasil temuan akhir yang dituliskan menghasilkan bahwa keuntungan yang diperoleh member, reseller, agen dan PT. Halal Networking Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia itu berbeda-beda. Artinya dalam menetapkan keuntungan yang akan di peroleh, tetapi tidak dijelaskan bagaimana perhitungan perusahaan terhadap harga suatu produk tersebut karena dalam menetapkan satu harga produk, perusahaan juga melihat keadaan harga pasar sehingga harga produk-produknya masih dalam harga standar. MLM yang ada dalam praktik ini sudah sesuai dengan ketentuan akad *samsārah*, baik dari sistem oprasional maupun sistem pembagian keuntungan.

**Tabel Penelitian Terdahulu**

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
karya Karina Nur Setyaningsih	Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap <i>samsārah</i> Dalam Jual Beli Online di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga	Sama-sama membahas tentang jual beli online	Skripsi karya Karina Nur Setyaningsih membahas tentang jual beli online di Kampung Marketer dimana Kampung Marketer disini, memberikan pendidikan kepada SDM. Sedangkan skripsi ini membahas tentang Praktik Kerjasama <i>Influencer</i> terhadap fitur <i>affiliates shopee</i> program Menurut Hukum Ekonomi Syariah.
Munawir	Sistem Penetapan Komisi Dan	Sama-sama membahas tentang	Skripsi karya munawir membahas tentang bagaimana sistem

	Provisi Agen Dalam Jual Beli Mobil Menurut Hukum Islam,	penghasilan komisi	yang digunakan CV. Mitra Mobil Banda Aceh dalam menetapkan komisi dan provisi bagi agen, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem yang digunakan CV. Sedangkan skripsi ini membahas tentang praktik kerjasama <i>Influencer</i> terhadap fitur <i>affiliates shopee</i> program menurut hukum ekonomi syariah.
Aulia Nuraini	yang berjudul Jual Beli Dalam Praktek <i>Affiliate Marketing</i> Pada <i>Internet Marketing E-Commerce</i> Dalam Perspektif Hukum Islam	Sama-sama membahas tentang Sistem komisi yang diberlakukan pada praktek <i>affiliate</i>	Skripsi karya Aulia Nuraini yang membahas tentang transaksi jual beli dengan perantara iklan atau <i>link affiliate</i> menurut Perspektif Hukum Islam. Sedangkan skripsi ini membahas tentang praktik kerjasama <i>Influencer</i> terhadap fitur <i>affiliates shopee</i> program menurut hukum ekonomi syariah.
Irfan Ansori	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis <i>Affiliate Marketing</i> Amazon	Sama-sama membahas tentang Sistem pada praktek <i>affiliate</i>	Skripsi karya Irfan Ansori membahas tentang sistem komisi yang digunakan amazon dengan menggunakan akad <i>ju'ālah</i> . Sedangkan skripsi ini membahas tentang praktik

			kerjasama <i>Influencer</i> terhadap fitur <i>affiliates shopee</i> program dengan menggunakan akad <i>samsarah</i> .
Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah	Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. <i>Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia</i> (HNI-HPAI) Dalam Perspektif Akad <i>samsarah</i>	Sama-sama membahas tentang perhitungan penghasilan suatu barang dengan menggunakan akad <i>samsarah</i> .	Skripsi karya Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah membahas tentang Pembagian Keuntungan Pada Pt. <i>Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia</i> (HNI-HPAI) dimana siapa saja bisa mendaftar sebagai member dan harus membeli barang atau produk yang akan mereka jual. Sedangkan skripsi ini membahas tentang praktik kerjasama <i>Influencer</i> terhadap fitur <i>affiliates shopee</i> program pada aplikasi <i>shopee</i> dimana hanya <i>Influencer</i> aja yang bisa mendarat sebagai member dan tidak harus membeli barang yang mereka promosikan.

Dari beberapa karya di atas, sejauh yang penulis ketahui, kajian mengenai praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *Shopee affiliate program* pada aplikasi *Shopee* belum ada yang mengkajinya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan seperti melengkapi penelitian-penelitian yang sudah ada.

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pembahasan sistematis, maka penulis perlu merangkai terlebih dahulu terhadap pembahasan dalam skripsi ini. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab pertama memuat uraian pendahuluan sebagai berikut: latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan. Hal ini dimaksudkan sebagai alat yang dipergunakan dalam melakukan penelitian, tujuannya agar dapat menghasilkan suatu penelitian yang lebih akurat.

Bab kedua memuat uraian tentang landasan teori antara lain konsep umum definisi kerjasama, landasan hukum, syarat dan rukun serta membahas terkait dengan definisi *samsārah*, landasan hukum, syarat dan rukun serta membahas terkait pandangan hukum ekonomi syariah yang menjadi bagian dari prespektif kajian yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab Ketiga membahas metode penelitian meliputi: jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan model analisis data.

Bab Keempat merupakan pembahasan inti dari skripsi. Bab ini berisi tentang gambaran umum *Shopee*, *Affiliate*, mekanisme kerjasama *Influencer* dari fitur *affiliates* pada aplikasi *shopee*, Hukum ekonomi syariah tentang penghasilan *Influencer* dari fitur *affiliates* pada aplikasi *shopee* serta memberikan argumentasi peneliti tentang bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap proses kerjasama yang digunakan antara *Influencer* dan pihak *affiliates shopee* program.

BAB V Penutup, Bab yang paling akhir dari pembahasan skripsi ini. Bab

ini berisi tentang kesimpulan sebagai jawaban dalam pokok permasalahan dan saran-saran terkait penelitian.



## BAB II

### TINJAUAN UMUM TENTANG *SAMSĀRAH*, *INFLUENCER* DAN *SHOPEE AFFILIATE PROGRAM*

#### A. Tinjauan Umum Tentang *samsārah*

##### 1. Pengertian *Samsārah*

*Samsārah* merupakan bahasa arab dari makelar, secara pengertian umumnya adalah perantara dalam perdagangan atau orang yang menjadi perantara diantara penjual dan pembeli. Hal tersebut mampu memudahkan dalam perdagangan atau jual beli.<sup>23</sup> Secara bahasa *samsārah* memiliki arti yang *mufrad* berasal dari kata *simsār* diartikan dengan perantara antara penjual dengan pembeli. Agar memperkenalkan diantara keduanya tentang jasa/produk dari makelar. Istilah lain menunjukkan bahwa *samsārah* adalah proses perantara jual beli yang melibatkan orang sebagai penjemabatan dalam akad jual beli. Menurut Imam Abu Hanifah *simsār* adalah suatu nama yang diberikan kepada orang yang bekerja dengan upah yang berkaitan dengan transaksi jual beli.<sup>24</sup>

Di zaman sekarang, semua orang sibuk dengan pekerjaannya masing-masing, sehingga tidak memiliki waktu untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan atau yang diperlukan. Adapula orang yang mempunyai produk tertentu tapi tidak bisa memasarkan produk tersebut serta tidak mampu menjualkannya. Dengan banyaknya problematika yang

---

<sup>23</sup> Masyfuk Zuhdi, *Masailul Fiqhiyah* (Jakarta: Cv Haji Masagung, 1993), hlm. 127.

<sup>24</sup> Ika Yunia Fauzia, "Akad Wakalah Dan *Samsarah* Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online", *Jurnal Studi KeIslaman*, Vol. 9, no. 2, 2015, <https://www.researchgate.net.com>, diakses 11 Mei 2022, hlm. 339.

ada di zaman sekarang ini untuk memudahkan hal tersebut ada orang yang mempunyai pekerjaan seperti biro jasa, biro pemasaran kemudian ada juga biro-biro yang lain yang memudahkan orang dalam melakukan kegiatan transaksi ekonomi. Bila dilihat secara garis besar bahwa telah terjadi simbiosis mutualisme diantara kedua belah pihak. *Simsār* atau makelar mendapatkan lapangan pekerjaan dengan mampu memasarkan barang dari si pembeli, serta mendapatkan upah yang telah ditentukan sebelumnya yang telah disepakati antara *samsārah* makelar dengan si penjual. Pekerjaan tersebut tergolong dalam bentuk jasa, yang dapat memudahkan si pembeli dalam menjualkan produknya. Pekerjaan semacam ini mengandung unsur *ta'āwun* atau tolong-menolong antar sesama yang bisa menguntungkan.<sup>25</sup>

Dalam buku Dwi Suwiknyo berjudul “Kamus Lengkap Ekonomi Islam” menjelaskan hadist Imam Abu Daud yang meriwayatkan dari Qais ibn Abi Ghurzat al Kinani yang mengatakan, “Kami, pada masa Rasulullah SAW, biasa disebut orang dengan sebutan *samsārah*, kemudian suatu ketika kami bertemu dengan Rasulullah SAW lalu beliau menyebut kami dengan sebutan *simsār* yang sebutan itu lebih pantas dari sebutan tadi”.<sup>26</sup>

Mengutip dari buku Miftahul Khariri berjudul “Ensiklopedia fiqih muamalah dalam pandangan 4 madzhab” menjelaskan kitab Tājul al-‘Arus dijelaskan bahwa *simsār* adalah orang yang memberikan petunjuk kepada penjual tentang patokan harga dan mengenalkan komoditi kepada pembeli.

---

<sup>25</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: Pt. Raja Grafindo, 2003), hlm. 289-290.

<sup>26</sup> Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 231.

Biasa disebut sebagai orang pemberi petunjuk.<sup>27</sup> Pendapat Sayyid Sabiq menerangkan tentang *simsār* ialah orang yang menjadi penjemabatan atau memerantarai diantara penjual dengan pembeli agar memperlancar transaksi apapun. Kehadiran makelar diyakini akan memberikan dampak positif yang memudahkan dalam transaksi, baik transaksi yang berbentuk jasa maupun barang.<sup>28</sup>

Istilah perantara/broker/makelar dalam hukum Islam adalah penghubung atau perantara yang memperlancar dalam proses terjadinya transaksi jual beli antara pihak pembeli dan penjual.<sup>29</sup> Biasanya juga *simsār* dinamakan dengan komisioner, makelar, agen tergantung dengan ketentuan penamaan dalam hukum dagang yang berlaku. Walaupun berbeda namanya tetapi kalau tugas-tugasnya sama seperti *simsār* yaitu menghubungkan antara pembeli dan penjual maka disebut sebagai *simsār*.

Mengutip dari bukunya hendi suhendi dijelaskan: “Dari Ibnu Abbas r.a., dalam perkara *simsār* ia berkata tidak apa-apa, kalau seseorang berkata juallah kain ini dengan harga sekian, lebih dari penjualan harga itu adalah untuk engkau” (Riwayat Bukhari).<sup>30</sup> Dari keterangan hadist tersebut menjelaskan bahwa melebihkan harga dalam menjualkan barang milik dari si penjual merupakan hal yang pernah dilakukan di zaman dahulu.

---

<sup>27</sup> Miftahul Khariri, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzhab* (Yogyakarta: Maktabah Al- Hanif, 2017), hlm. 83.

<sup>28</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah 12* (Bandung, Pt Al-Ma‘Ruf, 1988), hlm. 15.

<sup>29</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), hlm. 50.

<sup>30</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta, Rajawali Pers, 2016), hlm. 85-86.

Kemudian kelebihan harga tersebut sebagai upah jasa dalam menjual barang milik dari si penjual.<sup>31</sup>

Hal tersebut sesuai dengan pasal 76 s/d 85 KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang), makelar atau *samsārah* adalah suatu pihak yang menyelenggarakan bisnis dengan melakukan perbuatan menutup persetujuan atas nama diri pribadi atau perusahaan sendiri, tapi atas amanah dan tanggungan atau jaminan pihak lain dan dengan menerima upah kompensasi, komisi, atau provisi tertentu. Dengan demikian pekerjaan tersebut tidak ada cacat dan celanya dan sejalan dengan ajaran Islam.<sup>32</sup>

Sesuai dengan pasal 76 s/d 85 KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang), makelar atau *samsārah* adalah suatu pihak yang menyelenggarakan bisnis dengan melakukan perbuatan menutup persetujuan atas nama diri pribadi atau perusahaan sendiri, tapi atas amanah dan tanggungan atau jaminan pihak lain dan dengan menerima upah, kompensasi, komisi, atau provisi tertentu. Dengan demikian pekerjaan tersebut tidak ada cacat dan celanya dan sejalan dengan ajaran Islam.<sup>33</sup>

## 2. Dasar Hukum *Samsārah*

Dasar hukum *Samsārah* adalah merupakan landasan hukum yang digunakan dalam menentukan kebolehan dalam bertransaksi menggunakan akad *samsārah*. Dasar hukum dalam Islam yang meliputi Al-Qur'an, Hadist dan Ijma'. Berikut merupakan dasar-dasar hukum *samsārah*.

<sup>31</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, hlm 85-86.

<sup>32</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, hlm. 290.

<sup>33</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, hlm. 290.

- a. Sebagaimana disebutkan dalam Firman Allah SWT dalam QS an-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>34</sup>

Dari ayat diatas menjelaskan tentang diperbolehkannya usaha dalam perdagangan tetapi Allah SWT melarang kepada kalian semua untuk melakukan perniagaan yang tidak mendlolimi terhadap orang lain dengan cara merugikan orang lain. Dari ayat tersebut mengajarkan kepada kita semua untuk melakukan transaksi yang suka sama suka diantara kalian dan tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan.

- b. Dasar Hukum Makelar (*samsarah*) terdapat dalam Hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari:

وَعَنْ طَاوُسٍ، عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ -رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا- قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (لَا تَلْقُوا الْكُرْبَانَ، وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَادٍ قُلْتُ لِابْنِ عَبَّاسٍ: مَا قَوْلُهُ: وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَادٍ؟ قَالَ: لَا يَكُونُ لَهُ سِمْسَارًا) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ وَاللَّفْظُ لِلْبُخَارِيِّ

Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami ‘Abdul Wahid telah menceritakan kepada kami Ma’mar dari Ibnu Thowus dari bapaknya dari Ibnu ‘Abbas radliallahu ‘anhuma; Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melarang menyongsong (mencegat) kafilah dagang (sebelum mereka tahu harga di pasar) dan melarang pula orang kota menjual kepada orang desa. Aku bertanya kepada Ibnu ‘Abbas radliallahu ‘anhuma: “Apa arti sabda Beliau” dan janganlah orang kota menjual

<sup>34</sup> Tim Penyusun Al-Qur’an Terjemah Agama Ri, *Al-Qur’an Dan Terjemah* (Bandung, Sigma Axemedia Arkanlomea, 2007), hlm 65.

kepada orang desa". Dia menjawab: "Janganlah seseorang jadi perantara bagi orang kota.<sup>35</sup>

- c. Imam Bukhari rahimahullah ta'ala, menyatakan dalam kitab shahihnya, sebagai berikut:

وَمَ يَرِ ابْنُ سِيرِينَ وَعَطَاءٌ وَإِبْرَاهِيمُ وَالْحَسَنُ بِأَجْرِ السَّمْسَارِ بَأْسًا وَقَالَ ابْنُ عَبَّاسٍ :  
 لَا بَأْسَ أَنْ يَقُولَ : بَعَّ هَذَا الثَّوْبَ فَمَا زَادَ عَلَى كَذَا وَكَذَا فَهُوَ لَكَ وَقَالَ ابْنُ  
 سِيرِينَ : إِذَا قَالَ بَعُّهُ بِكَذَا فَمَا كَانَ مِنْ رِيحٍ فَهُوَ لَكَ ، أَوْ بَيْنِي وَبَيْنَكَ فَلَا بَأْسَ  
 بِهِ وَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : ( الْمُسْلِمُونَ عِنْدَ شُرُوطِهِمْ )

Ibnu Sirin Atha', Ibrahim dan al Hasan menganggap tidak ada larangan dalam upah makelar". "Ibnu Abbas berkata, Tidak mengapa dikatakan, Juallah pakaian ini; dan apa yang lebih dari ini dan itu, maka itu adalah untukmu". "Ibnu Sirin berkata, Apabila seseorang mengatakan, Juallah dengan harga sekian, maka apa yang menjadi keuntungannya adalah untukmu atau kita bagi bersama", maka hal itu tidak dilarang. "Nabi SAW bersabda: "Kaum muslimin sebagaimana syarat-syarat mereka<sup>36</sup>

Kegiatan makelar atau *samsārah* merupakan salah satu bentuk penunjuk dan perantara, antara penjual dan pembeli. Ia sering mempermudah kedua belah pihak atau salah satunya untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dan kemanfaatan yang lain. Dalam transaksi bisnis di masa sekarang ini lebih terasa dibutuhkan di banding pada masa-masa sebelumnya. Hal itu disebabkan oleh rumitnya transaksi bisnis saat ini, dari bisnis eksport import, bisnis grosir, hingga bisnis retail, semua itu menjadikan peran *samsārah* sangat penting.<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Imam Hafizh Ali Bin Hajar Al-Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari Juz V* (Bairut: Dar Al-Fikr, 1996), hlm. 212.

<sup>36</sup> Imam Hafizh Ali Bin Hajar Al-Asqalani, *Fathul Baari*, hlm. 211-212.

<sup>37</sup> Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam* (Surakarta: Era Intermedia, 2005), hlm.

Menjadi makelar hukumnya halal, karena makelar yang baik merupakan petunjuk jalan dan perantara antara penjual dan pembeli, dan banyak mempermudah keduanya dalam melakukan perdagangan dan mendapatkan keuntungan.<sup>38</sup> Dan untuk *simsār* harus bersikap jujur, amanah, terbuka dan tidak melakukan penipuan dengan bisnis yang haram dan syubhat. *Simsar* berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa *samsārah* atau makelar tersebut harus segera memberikan imbalannya.

### 3. Rukun dan Syarat *Samsārah*

Untuk sahnya akad *samsārah* harus memenuhi beberapa rukun yaitu:

#### a. *Al-Muta'qidin* (makelar, pemilik harta, dan konsumen)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada makelar (*simsār*) dan pemilik harta (partner) supaya kerja sama tersebut berjalan (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi). Kemudian ada konsumen yang membeli produk yang dimiliki partner yang dijual melalui *simsār*. Seorang *simsār* harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka dan tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram dan yang syubhat. Dia juga berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa *simsār* harus segera memberikan imbalannya.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Abu Sa'idal Falahi, dkk, *Halal Dan Haram* (Jakarta: Robbanipress, 2008). hlm. 35.

<sup>39</sup> Zuhdi Masjufuk, *Masail Fiqiyah* (Jakarta: Cv Haji Mas Agung, 1993) hlm. 122.

b. *Mahal al-Ta'aqud* (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. Para ulama mensyaratkan objek transaksi yang legal dan kompensasi yang telah ditentukan. Jumlah imbalan yang harus diberikan kepada *simsār* adalah menurut perjanjian. Apabila jumlah imbalannya tidak ditentukan dan perjanjian, maka hal ini dapat dikembalikan kepada adat istiadat yang berlaku di masyarakat. Di Indonesia, tradisi yang berlaku adalah seorang *simsār* berhak menerima imbalan antara 2,5% sampai 5%.<sup>40</sup>

c. *Shigat*

*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. Di Indonesia, *samsārah* lebih dikenal dengan sebutan makelar.<sup>41</sup>

Tidak sedikit orang yang pandai dalam tawar-menawar, tidak mengetahui cara menjual atau membeli barang yang diperlukan atau yang dibutuhkan. Dan juga tidak ada waktu untuk berhubungan langsung dengan pembeli atau penjual. Jelaslah bahwa dengan kehadiran profesi makelar atau *samsārah* itu sangat di butuhkan ditengah-tengah masyarakat, terutama masyarakat modern untuk memudahkan bisnis

<sup>40</sup> Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: Cv Haji Mas Agung, 1993) hlm 122.

<sup>41</sup> Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah*, hlm.123.

dalam perdagangan, pertanian, industry dan lain-lain. Profesi ini adalah profesi yang banyak manfaatnya baik untuk produsen, konsumen, *samsārah* itu sendiri. Profesi ini dibutuhkan oleh masyarakat sebagaimana profesi-profesi yang lain.<sup>42</sup>

Dalam profesi ini untuk sahnya pekerjaan *samsārah* harus memenuhi beberapa syarat, sebagai berikut:

- a. Persetujuan kedua belah pihak
- b. Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan
- c. Obyek akad bukan hal-hak maksiat atau haram, misalnya mencarikan untuk kasino, porkas, dan sebagainya.<sup>43</sup>

Dijelaskan oleh Sayyid Sabiq dalam Fiqh sunnah, para ulama memfatwakan tentang kebolehan memungut upah yang dianggap sebagai perbuatan baik. Sedangkan menurut Mazhab Hambali pekerjaan yang tidak boleh memungut upah adalah seperti adzan, iqamah, mengajarkan al-Qur'an, fikih, badal haji dan puasa qadha'. Namun, boleh mengambil upah dari pekerjaan-pekerjaan tersebut jika termasuk pada *masalih*.<sup>44</sup>

Mazhab Maliki, Syafi'i, dan Ibnu Hazm membolehkan mengambil upah sebagai imbalan mengajarkan al-Qur'an dan ilmu-ilmu karena itu termasuk jenis imbalan perbuatan yang diketahui dan dengan tenaga yang diketahui pula. Ibnu Hazm mengatakan bahwa pengambilan upah sebagai

<sup>42</sup> Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah*. hlm. 127.

<sup>43</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah* Jilid 12, Diterjemahkan Olehh Kamaluddin A. Marzuki, Dkk. (Bandung: Alma' Arif, 1996), hlm 199.

<sup>44</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah* Jilid 12, Diterjemahkan Olehh Kamaluddin A. Marzuki, Dkk. hlm. 199.

imbalan mengajar al-Qur'an dan pengajaran ilmu, baik secara bulanan maupun sekaligus karena nash yang melarang tidak ada.<sup>45</sup>

#### 4. Jenis-Jenis Keperantaraan dalam Fikih dan Praktiknya

Di dalam berbagai kitab fikih ditemukan berbagai istilah dan praktik keperantaraan yang cukup beragam. Beragamnya istilah sebagaimana karakter fikih sebagai penanda bahwa masing-masing memiliki model pelaksanaannya sendiri. Artinya, dalam konteks hari ini hal tersebut menjadi penting untuk mengidentifikasi perkembangan keperantaraan dalam bisnis yang tentu memiliki perbedaan dengan apa yang dijelaskan oleh fikih. Bagaimanapun, ia tetap bisa dijadikan acuan penetapan penyelesaian kasus yang terjadi hari ini. Jenis-jenis keperantaraan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. *Samsārah*

Dalam bahasa Arab, istilah perantara dalam bisnis (makelar) disebut dengan *simsār* dan kerja makelar disebut *samsārah/simsārah*. *Samsārah* pada mulanya berarti orang yang membantu menjualkan gandum dari petani untuk orang-orang. Tapi, *samsārah* berubah arti yang dipahami sebagai suatu cara untuk memperoleh harta dengan bekerja untuk orang lain dengan upah, baik itu untuk keperluan menjual maupun membelikan.<sup>46</sup> Larangan *samsārah* dalam pemahaman Ibn 'Abbās

<sup>45</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, hlm. 118-121.

<sup>46</sup> Ibn Mandzūr, *Lisān al- 'Arab, Kahirah: Dār al-Ma'ārif*, Jilid 3 (Beirut: Dār Al-Kitāb Al-'Arabiy, T.Th.) Him. 58

kemudiannya bisa dipahami dari beberapa perkataan hadis.<sup>47</sup> Pada masa Nabi saw. *samsārah* ternyata juga digunakan untuk menyebut pekerjaan penerjemah bahasa asing dalam konteks untuk kepentingan dakwah di daerah Baghdad<sup>48</sup> Bahkan, dalam sebuah buku juga dijelaskan bahwa istilah *samsārah* juga digunakan untuk menyebut perkataan "mak comblang.

Secara umum, para ulama memandang bahwa *samsārah* itu halal. Sebab pelakunya dinilai betjasa dalam menjualkan atau membelikan barang kepada/untuk pihak lain. Bila tidak ada *simsār*, bisa jadi barang itu tidak laku-laku terjual. *Samsārah* termasuk dalam kategori bekerja yang bisa dipergunakan untuk memiliki harta secara sah menurut syara'. Pekerjaan *samsārah*, baik berupa makelar, distributor, agen dan sebagainya dalam fikih Islam termasuk ke dalam akad ijârah, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang dengan imbalan. Bagaimanapun, ulama berbeda pendapat tentang hal ini. Ibnu 'Umar, Thalhah, Abâ Hurairah, Anas, 'Umar bin 'Abd al'Aziz, Mâlik, Laits, dan Syafi'i menilai jasa ini sebagai makruh. al-Kharkhiy sendiri yang mengatakan jasa ini sebagai haram dengan jelasnya perkataan larangan dalam hadis. Ahmad bin Hambal membolehkan jasa ini meskipun terdapat dalil larangan. Beliau mengatakan bahwa larangan tersebut berlaku pada saat awal Islam

<sup>47</sup> Ishaâq Bin Manshûr Al-Marwazi, *Masâil Al-Lmâm Ahmad Bin Hambal Wa Ishâq Bin Râhawaih*, Jilid 6 (Madinah: 'Imâdah Al-Bahts Al-Llmiy Universitas Islam Madinah, 2002), hlm. 3057.

<sup>48</sup> Syihâb Al-Din Mahmûd Ibn 'Abdillâh Al-Husaini Al-Âlusi, *Râh Al-Ma 'Âniy Fi Tafsir Al-Qur'ân Al-'Adzim Wa Al-Sab'i Al-Matsâniy*, Jilid 11 (Beirut: Dâr Al-Kutub Al-Llmiyyah, 1415), hlm. 214

di mana suasana ketika itu sangat tidak bagus dalam hal perniagaan dan harga. Pada dasarnya, para ulama lain seperti Ibnu 'Abbâs, Imâm al-Bukhâriy, Ibnu Sirin, 'Athâ' juga memandang boleh jasa ini. Hal ini dengan ketentuan, bahwa:

1. Perjanjian mesti jelas antara kedua belah pihak. (QS. al-Nisâ',4: 29)
2. Objek akad yang di- *samsārah* -kan bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan.
3. Objek akad bukan hal-hal yang maksiat atau haram. Distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan syubhat.<sup>49</sup>

Terdapat dua bentuk kerja *samsārah* yang dilarang dalam hadis, yaitu pertama, menjemput makanan yang dijual orang kampung di saat mereka tidak tahu bahwa makanan tersebut sangat diperlukan orang banyak. Penjemputan makanan dengan harapan dapat tambahan jumlah makanan secara lebih banyak. Kedua, menjemput barang dagangan orang kampung di saat orang kampung tidak mengetahui terjadinya perubahan harga di kota. Prinsip dilarangnya *samsārah* seperti ini oleh madzhab Hanafi adalah karena membahayakan warga. Jika unsur membahayakan ini tidak ada, bagi madzhab tersebut tidak masalah melakukan *samsārah*. Mazhab ini menyebut *samsārah* antar negara dengan istilah *talaqqiy al-jalab* dengan prinsip pelaksanaan dan hukum yang sama dengan

---

<sup>49</sup> Cholil Uman, *Agama Menjawab tentang Berbagai Masalah Abad Modern* (Surabaya: Menara Suci, 1994) hlm.16.

*samsārah*.<sup>50</sup> Biasanya, pelaku perantara haram akan melihat situasi sebelum melakukan *samsārah*, yaitu apakah para petani sedang kesulitan air untuk mengairi sawah atau sedang membutuhkan uang untuk keperluan hidup yang sedang susah. Selain itu ditambah pula oleh sifatnya yang tamak akan harga murah dan kekayaan. Boleh memanfaatkan jasa *samsārah* dengan pola setiap ia membelikan satu baju ia mendapat bagian seribu umpamanya, asalkan harga baju sudah dipastikan. Boleh juga berbuat demikian ketika ia menjualkannya.<sup>51</sup>

b. *Dallāl*

*Dallāl* ialah orang yang memberi petunjuk atau arah atau jalan, baik kepada pembeli atau penjual pada barang yang diinginkan. Perbedaan prinsip antara *simsār* dengan *dallāl*, yaitu *simsār* menjalankan ijārah untuk pembelian saja, sedangkan *dallāl* menjalankan ijārah untuk kepentingan pembelian dan penjualan sekaligus dengan prinsip pembayaran secara kontan.<sup>52</sup> Pada penjelasan lain, *dallāl* berfungsi sebagai orang yang mempromosikan atau tepatnya memperkenalkan adanya barang yang dijual oleh seseorang, bukan orang yang menjalankan akad atas barang tersebut. Hak akad tetap berada pada pemilik barang.<sup>53</sup> Bagaimanapun, definisi tumpang tindih terjadi

<sup>50</sup> Zainuddtn Bin Ibrâhtn Bin Nujaim Al-Mishriy Al-Ma'râf Bi Ibni Nujaym, *Albahr Al-Râiq Syarh Kanz Al-Daqâiq*, Jilid 6 (Beirut: Dâr Al-Ma'rifah, T.Th.), hlm. 10

<sup>51</sup> Syaraf Al-Dtn Mâsâ Bin Ahmad Bin Mâsâ Abâ Al-Najâ Al-Hijâwiy, *Al-Lqnâ ' Fi Fiqhi Al-Lmâm Ahmad Bin Hambal*, Jilid 2 (Beirut: Dâr Al-Ma'rifah, T.Th.), hlm. 300.

<sup>52</sup> Mahmûd Bin Ahmad Bin Al-Shadr Al-Syahîd Al-Najjâriy Burhân Al-Dîn Mâzah, *Al-Muhîth Al-Burhâniy*, Jilid 8 (T.Tp.: Dâr Ihyâ' Al-Turâts Al-'Arabiy, T.Th.), hlm. 89

<sup>53</sup> Muhammad 'Alaisy, *Manh Al-Jalîl Syarh Mukhtashar Khalil*, Jilid 10 (T.Pn.: T.Pn., T.Th.), hlm. 195

sebaliknya di mana justru ia merupakan orang yang menunjukkan calon pembeli kepada pihak penjual.<sup>54</sup>

Praktik fikih menjelaskan beberapa kerja seorang *dallāl*. Sebagai contoh, seorang *dallāl* diberi amanah untuk menjualkan baju. Tapi, ketika itu ia seperti tidak berminat lalu pergi. Pada satu kesempatan si *dallāl* merasa perlu untuk menjualkan baju di suatu tempat yang ditunjukkannya pada pemilik baju. Jika pemilik baju tidak mau dan menjualnya sendiri di tempat yang ditunjuhi oleh *dallāl*, maka *dallāl* tidak berhak mendapatkan upah karena telah menunjukkan tempat tersebut. Hal ini disebabkan tidak ada hasil yang diberikan oleh *dallāl* hanya dengan menunjukkan tempat saja.<sup>55</sup>

Seorang makelar tanah bisa juga ditunjuk menjadi *dallāl* untuk memberitahu orang yang mau membeli tanah seseorang. Jika ternyata datang *dallāl* lain yang berhasil membawa seorang pembeli tanah, maka ia mendapat upah atas usahanya ini sedangkan *dallāl* pertama sekedar mendapat upah atas yang telah diusahakannya sebagai *istiḥsān*.<sup>56</sup> Pekerjaan makelar yang sekedar sebagai penunjuk informasi penjualan (*dallāl*) bisa mendapat upah dari pihak penjual tanah. Jika ia ternyata juga mendapat uang tambahan dari pihak pembeli tanah, maka boleh diterima sebagai ucapan terima kasih, bukan sebagai sesuatu yang dipersyaratkan.

<sup>54</sup> Al-Syaikh 'Abd Al-Hayy Al-Kattāniy, *Nidhām Al-Hukūmah Al-Nabawiyah*, Jilid 2 (Beirut: Dār Al-Kitāb Al-'Arabiy, T.Th.), hlm. 58

<sup>55</sup> Taqiyuddin Abū Al-'Abbās Ahmad Bin 'Abd Al-Halīm Bin Taimiyah, *Al-ikhtiyārāt Al-Fiqhiyyah* (Beirut: Dār Al-Ma'rifah, 1978), hlm. 495

<sup>56</sup> Muhammad Amin Bin 'Umar Ibn 'Ābidtn, *Al-'Uqūd Al-Durriyyahfi Tanqih Alfatāwā Al-Hāmidīyyah*, Jilid 3 (T.Tp.: T. Pn, T.Th.), hlm. 295

Artinya, seseorang mesti menjadi *dallāl* satu pihak saja dalam konteks pengupahannya.<sup>57</sup> Sebagian lain menyebut upah kedua orang *dallāl* bisa secara syuf'ah.

c. *Bayyā'*

Dalam fikih, perkataan *bayyā'* dipakai untuk menyebut penjual kapas, madu, kacang, gandum, minyak, khamar di mana kedai tempat jualannya harus dibakar, dan khusus untuk makanan disebut dengan istilah *bayyā' al-ath 'imah* atau *baqqal* yang artinya ialah pengganti (baddal).<sup>58</sup> Dalam praktiknya, seorang *bayyā'* berposisi sebagai pengganti dari seorang pemilik barang dalam konteks penjualan. Penjualan yang dilakukan sama persis dengan cara-cara pemiliknya, yaitu bisa menghutangkan, memurâbahah-kan, mencari perantara, dan sebagainya. Demikian pula jika terjadi kasus perselisihan, ia mesti bisa berposisi sebagai pemilik yang bertanggung jawab penuh terhadap segala hal. Sekalipun demikian, ia tetap bertanggung jawab kepada pemilik aslinya.

Dalam fiqh, *bayyā'* tidak boleh dijadikan objek sewaan (*kirā' al-bayyā'*) ketika ternyata barang yang dijual terlalu mahal atau bahkan tidak ada harganya karena posisinya bukan sebagai *ajir*. Harus ada kepastian keuntungan yang mungkin diperoleh oleh *bayyā'* sehingga jelas pengupahannya, bukan hanya sekedar ungkapan jangan pernah merasa

<sup>57</sup> Ahmad Bin 'Abd Al-Razzaq Al-Dawts, *Fatâwâ Al-Lajnah Al-Dâimah*, Jilid 13 (T.Tp.: Al-Lajnah Al-Dâimah Li Al-Buhûts Wa Al-Iftâ', T.Th.), hlm. 124

<sup>58</sup> Ibnu 'Abid Muhammad 'Alauddin Afandiy, *Häsyiah Radd Al-Mukhtâr 'Alä Durr Al-Mukhtâr Syarh Tanwir Al-Abshâr*, Jilid 6 (Beirut: Dâr Al-Fikr, 2000), hlm. 394

capek jika barang tidak laku.<sup>59</sup> Artinya, upah mereka harus dijelaskan di awal, bukan di suruh bekerja tanpa kejelasan upah dan perolehan.

*Bazzāz* ialah seorang *bayyā'* dalam bidang *bazz*.<sup>60</sup> *Bazz* ialah baju atau segala perlengkapan rumah yang berasal dari kain. *Bazzāz* ialah orang yang dipercaya membelikan barang berupa baju atau kain dari satu kota untuk diperdagangkan di kota lain secara murābahah di mana upah keperantaraan, tenaga, kebutuhan pokok, dan sewa rumahnya tidak diperhitungkan secara satuan, tetapi diperhitungkan sebagai tenaga kerja yang disewa. Upah *bazzāz* diperhitungkan dari modal yang diberikan, bukan dari keuntungan (*riḥ*), kecuali jika keuntungan tersebut diketahui secara pasti oleh *bazzāz* setelah adanya pihak yang menawarnya secara langsung.<sup>61</sup>

d. *Wasāṭah*

*Wasāṭah* ialah orang yang menjadi perantara perdagangan antar negara. Para pelakunya dikenal dengan istilah *wasāṭah*. *Wasāṭah* pada hari ini dinilai bermanfaat oleh sebagian orang karena memberikan kemudahan dan meringankan pekerjaan orang. Hal ini nampaknya tidak sejalan dengan maksud larangan *samsārah* yang dinilai mempersulit atau *id*} membahayakan (*tadyiq wa idrār*) warga. Hanya saja, *wasāṭah* antar negara (jalab) yang kemudiannya diketahui mempermainkan harga, maka

<sup>59</sup> Syihāb Al-Din Ahmad Al-Ralsiy 'Umairah, *Hāsyiah 'Umairah*, Jilid 3 (Beirut: Dār Alfikr, 1998), Him. 70

<sup>60</sup> 'Alāuddin Abū Al-Hasan 'Aliy Bin Sulaimān Al-Mardāwiy, *Al-Lnshāfi Ma 'Rifati Al-Rājih Min Al-Khilāf 'Alā Madzhabi Al-Lmām Ahmad Bin Hambal*, Jilid 8 (Beirut: Dār Ihyā' Alturāts Al-'Arabiy, 1419), hlm. 84

<sup>61</sup> Muhammad Bin 'Abd Al-Baqt Bin Yāsuf Al-Zarqāniy, *Syarh Al-Zarqāniy 'Alā Muwattha ' Al-Lmām Mālik*, Jilid 3 (Beirut: Dār Al-Kutub Al-'Lmiyyah, 1411 H), hlm. 402

pemilik barang berhak untuk melakukan hak *khiyār*-nya. Jika diketahui terjadi kecurangan dalam memanfaatkan jasa perantara jenis apapun, maka *wāli al-hisbah*, yaitu polisi yang menangani moralitas perniagaan boleh mengingkari fakta-fakta yang tidak sesuai dengan apa yang ditemukannya.

e. *Ṣarrāf*

Kadangkala terjadi perjanjian hutang piutang antara pengguna jasa dan perantara. Hutang-piutang ini biasanya sulit dibuktikan kecuali dengan cara *'urf*. Bahkan, bukti tertulis sering tidak berlaku dalam kasus ini ketika terjadi perselisihan berkaitan hutang piutang. Oleh karena itu, muncul kemudian praktik keperantaraan yang menggunakan pola akad tertulis yang dikenal dengan istilah *sharrāf*.<sup>62</sup> *Ṣarrāf* ialah orang yang bekerja di tempat pertukaran uang atau bank untuk menuliskan setiap transaksi antara dua pihak atau antara bank. Catatan *ṣarrāf* merupakan bukti penting dalam peristiwa transaksi. Transaksi yang biasa berlaku dalam lembaga ini adalah transaksi pertukaran mata uang satu negara dengan negara lain. Syarat dibolehkannya adalah terjadinya penerimaan masing-masing mata uang pengganti yang disepakati sebelum berpisah dari tempat transaksi.

Demikian juga jika terjadi penukaran cek dengan mata uang. Syaratnya jumlah cek dengan mata uang harus sama, tidak boleh kurang, dan dibayar secara kontan. Jika dibayar kurang, maka termasuk kategori

---

<sup>62</sup> Ibnu 'Ābid Muhammad 'Alāuddin Afandiy, *Hâsyiah Radd Al-Mukhtâr 'Alá Durr Al-Mukhtâr Syarh Tanwîr Al-Abshâr*, Juz 5 (Beirut: Dâr Al-Fikr, 2000), hlm. 436

riba nasiah. Apalagi jika pembayarannya juga dengan penundaan. Oleh karena itu, para ulama menilai peketjaan sebagai *ṣarrāf* diibaratkan sebagai pintu tersempit masuknya riba, sampai-sampai al-Hasan mengatakan jika kamu bertamu di rumah seorang *ṣarrāf* dan diberi minum, maka jangan kamu minum.

## B. Tinjauan Umum Tentang *Influencer*

### 1. Pengertian *Influencer*

*Influencer* menjadi salah satu sorotan pada konteks media sosial. Influence secara operasional merupakan pengarus pada perilaku online saat seseorang melakukan beragam cara untuk meningkatkan keterkenalannya diinternet dengan memanfaatkan teknologi misalnya video, blog, dan situs jejaring sosial lainnya.<sup>63</sup> Ryan dan Jones pada Lidyawati mengatakan bahwa digital *Influencer* adalah orang yang mempunyai pengaruh yang besar disosial media. Pengguna akun ini berpengaruh sudah memiliki kepercayaan dari pengikut online-nya dan pendapat mereka bisa memiliki pengaruh luar biasa untuk reputasi online, termasuk bagi produk atau juga brand.

Konsep dari pemasarannya *Influencer* merupakan mendeskripsikan suatu produk atau brand buatan penjual dan menyebar luaskan kepada khalayak ramai melalui jejaring internet. *Influencer* membuat postingan di media sosial pribadi, dilihat dari banyak nya follower yang melakukan engagement pada postingan mereka seperti like, share, retweet, comment, klik, pada *link* atau URL dari promosi tersebut. Hingga *Influencer*

---

<sup>63</sup> Detta Rahmawan, Hanny Hafiar, Jimi Narotama M. “Peran Vlogger Sebagai Online *Influencer* dalam Industri Media Digital di Indonesia”. *Jurnal Promedia*, 3 (2): 183-206. 2017

memberikan komunikasi yang baik dengan followernya dan mempunyai reputasi yang pantas dengan produk yang di promosikan. Jumlah follower dari *Influencer* inilah yang dapat membuat reach tinggi. Namun, terpenting untuk mengetahui penggemar mana yang cocok dengan tujuan dari suatu brand.<sup>64</sup>

Mengatur serta menarik keinginan minat para pembaca ialah memberikan contoh pemakaian, seperti orang yang memang benar menggunakan dikehidupannya. Suatu yang bertolak belakang dengan metode pemasaran *Influencer* ada pada postingan mereka yang mengatasmakan perusahaan tetapi mereka memberikan pendapat dan informasi yang mereka yang punya.

Datangnya bermacam selebritas online ini bisa dilihat dengan kejadian baru tentang pengaruh mereka terhadap konteks sosial budaya periklanan dalam bentuk memperkenalkan dan memaparkan nonpribadi atas ide, jasa ataupun barang yang telah dibayar oleh sponsor. Daya tarik iklan merupakan suatu hal yang dapat menggerakkan orang, menjelaskan keinginan maupun kebutuhan mereka, serta menumbuhkan ketertarikan untuk yang melihat ataupun yang mendengarkan.<sup>65</sup>

Penggunaan *Influencer* bisa mempengaruhi sikap, serta para pelanggan pada produk yang dipromosikannya. Instagram merupakan media sosial yang terkenal sekarang yang dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk

---

<sup>64</sup> Detta Rahmawan, Hanny Hafiar, Jimi Narotama M. "Peran Vlogger Sebagai Online *Influencer* dalam Industri Media Digital di Indonesia".

<sup>65</sup> Luthfiyany, Putu Nina Madiawati, "Analisis Celebriy Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli Skincare Dengan Advertising Appeal Sebagai Variabel Intervening". (*E-Procceding Of Management* Vol.5 No.1 Maret, 2018)

memperkenalkan produk jualannya. Sebab basisnya instagram adalah media sosial yang mempunyai manfaat sebagai membagikan foto kepada *followers*.<sup>66</sup> Pelaku bisnis memanfaatkan *Influencer* sebagai ajang media promosi di instagram yang sering disebut celebrity endorsement di instagram, dimana *Influencer* atau selebriti instagram ini dijadikan seperti brand ambassador baik dikontrak lama atau sementara oleh online shop.

Celebrity endorser mempunyai kredibilitas tiga dimensi yang dikutip dari Lafferty, B.A, et al, diantaranya,<sup>67</sup> diantaranya:

- a. Daya tarik (*attractiveness*), objek yang dinilai dari sikap yang simpatik, mempunyai ambisi, kecerdasan, dan karakteristik kepribadian lainnya.
- b. Kepercayaan (*trustworthiness*), merupakan objek yang dinilai berdasarkan sumber informasi yang jujur.
- c. Keahlian (*expertise*), suatu objek yang dinilai dari sikap simpatik, mempunyai ambisi, kecerdasan, dan karakteristik kepribadian lainnya.

*Influencer* dapat menjadi sorotan atau contoh untuk ditiru bagi yang terpengaruh ketika melihatnya. Berdasarkan itulah, para online shop atau pelaku bisnis memanfaatkan hal itu untuk menunjang bisnisnya. Secara sederhana, *Influencer* merupakan seseorang yang dapat mempengaruhi pengguna media sosial baik seorang artis, vlogger, blogger, youtuber,

---

<sup>66</sup> Nurahmah Latief, "Pengaruh Media Sosial Intagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makasar". *Skripsi* tidak diterbitkan, (Makasar: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar, 2019)

<sup>67</sup> Luthfiyany, Putu Nina Madiawati, "Analisis Celebriy Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli Skincare Dengan Advertising Appeal Sebagai Variabel Intervening" (*E-Procceding Of Management* Vol.5 No.1 Maret, 2018)

ataupun orang yang berpengaruh lainnya terutama yang aktif pada media sosial.

## 2. Dasar Hukum *Influencer*

Pengaturan kegiatan promosi produk melalui sosial media di Indonesia secara implisit diatur dalam UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, PP No. 69/1999 tentang Label dan Iklan Pangan serta UU No. 19/2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Secara khusus berkaitan dengan iklan dan pelaku usaha diatur dalam aturan tersebut. Namun, sampai saat ini tidak terdapat aturan khusus terkait kedudukan dari *Influencer*, hal ini dikarenakan *Influencer* bukanlah bagian dari pelaku usaha maupun tidak dibawah naungan perusahaan periklanan.

Sebagaimana dalam UUPK diketahui ada tiga unsur utama yang ada pada konsep perlindungan konsumen, yakni: a) Terdapatnya jaminan; b) Kepastian hukum; c) Perlindungan Konsumen. Terdapatnya jaminan secara yuridis dikorelasikan dengan terdapatnya peraturan perundang-undangan yang memberikan perlindungan terhadap keperluan konsumen dari aktivitas pelaku usaha yang kurang baik. Terdapatnya peraturan perundang-undangan itu memiliki arti yuridis memberi jaminan pada para subjek hukum atas keperluan serta segala hak. Jaminan terhadap kepastian hukum ukurannya berbentuk kualitatif dilakukan penentuan pada UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen serta UU lain yang masih dipergunakan dalam pemberian pada konsumen, baik pada bidang hukum keperdataan ataupun

bidang hukum publik. Kepastian hukum dalam memberikan perlindungan pada segala hak konsumen yang dilaksanakan dengan penguatan berbentuk UU khusus, memberi harapan sehingga pelaku usaha tidak lagi melakukan tindakan secara melebihi wewenang yang sering menyebabkan kerugian terhadap seluruh hak konsumen.<sup>68</sup>

### 3. Pengaruh *Influencer* di Dunia Digital

Pengaruh *Influencer* dalam dunia digital ada 2 hal yang mempengaruhi *Influencer* memiliki pengaruh dalam dunia digital yaitu antara lain:

#### a) Keterikatan *Influencer* dengan *followers*

Tumbuhnya engagement (keterikatan) antara *followers* dengan *Influencer* terjadi akibat komunikasi yang dibangun secara konsisten oleh *Influencer* dengan reputasi yang cocok dengan produk yang ditawarkan. Ada 3 aspek yang dilihat dari *Influencer* yaitu reach (menunjukkan jumlah *followers* yang dimiliki), resonance (melihatkan tingkat keterikatan *followers* dengan konten yang dibuat *Influencer*), relevance (menggambarkan kesamaan antara nilai-nilai yang diyakini *Influencer* dan brand image produk).

#### b) Kredibilitas *Influencer*

*Influencer* merupakan orang yang dapat memberikan pengaruh, khususnya mampu menggiring suatu opini. Seorang *Influencer* biasanya memiliki jumlah *followers* atau pengikut yang banyak di akun media

---

<sup>68</sup> Made Gladys Fridiana, "Pengaturan Kegiatan Promosi Produk Oleh *Influencer* Pada Media Sosial", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 9 No. 12 Tahun 2021, hlm 2260

sosialnya dari mulai ribuan, ratusan bahkan jutaan. Ada beberapa alasan mengapa *Influencer* banyak dipilih oleh pelaku usaha bisnis online sampai dengan perusahaan sebagai strategi pemasaran masa kini, karena untuk meningkatkan awareness, mengedukasi target konsumen, memberikan informasi kepada masyarakat luas, serta untuk meningkatkan penjualan dan menambah jumlah *followers* akun sosial media nya.

Pemilihan *Influencer* umumnya menggunakan klasifikasi dari tiga tujuan umum yaitu sebagai berikut:

- a) To Inform, tujuan umum yang pertama *Influencer* adalah untuk member tahu. Membantu audiens untuk memperoleh informasi yang belum mereka miliki.
- b) To Persuade, tujuan umum yang kedua *Influencer* adalah membujuk, ketika *Influencer* membujuk, maka pembicara akan berusaha untuk membuat audiens menerima sudut pandang nya atau meminta untuk mengadopsi perasaan dan perilakunya.
- c) To Entertaint, tujuan umum yang ketiga *Influencer*, adalah untuk menghibur. Konten iklan yang normatif dan persuasive difokuskan pada hasil akhir dari proses beriklan, sementara hiburan difokuskan pada hasil akhir dari proses beriklan, sementara hiburan difokuskan pada

kesempatan untuk menarik perhatian audiens dengan penampilannya dalam menyampaikan pesan iklan.<sup>69</sup>

#### 4. Jenis-Jenis *Influencer*

Di kutip dari (BeautyJurnal.com) Jenis-Jenis *Influencer* di Media Sosial:

##### a) Nano *Influencer*

Nano *Influencer*, merupakan *Influencer* yang memiliki jumlah *followers* paling sedikit dalam kategori *Influencer* yaitu 500-1000 *followers*. Namun nano *Influencer* sangatlah berpengaruh, pasalnya nano *Influencer* umumnya mengenal hampir seluruh *followers*nya secara langsung, sehingga terdapat tingkat kepercayaan dan interaksi yang tinggi.

##### b) Micro *Influencer*

Micro *Influencer* merupakan *Influencer* yang memiliki *followers* 1000- 100.000 *followers*, biasanya micro *Influencer* dikenal karena suatu bidang secara spesifik, misalnya beautyfloger, parenting blogger, food blogger, dan masih banyak lagi.

##### c) Macro *Influencer*

Macro *Influencer* merupakan *Influencer* yang memiliki *followers* 100.000-1.000.000 *followers*, dan paling banyak ditemui di instagram dan kerap dianggap paling ideal bagi brand. Tingkat kepercayaan serta interaksinya setara dengan micro *Influencer*, namun jangkauan macro

---

<sup>69</sup> Firlina Alma Maulidia, "Pelaksanaan Endorsment Melalui *Influencer* Yang Mempromosikan Kosmetik Di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999" *Skripsi tidak di terbitkan*, Universitas Negeri Semarang: Fakultas Hukum, hlm. 53.

*Influencer* lebih luas dan dalam memproduksi kontennya juga lebih berkualitas, karena media sosial adalah pekerjaannya utamanya.

#### d) Mega *Influencer*

Mega *Influencer* atau yang biasa disebut dengan premium yang biasa disebut dengan premium *Influencer* atau celebrity *Influencer*, karena memiliki follower lebih atau diatas 1.000.000 *followers*. Walaupun memiliki jangkauan yang sangat luas, mega *Influencer* memiliki tingkat interaksi yang rendah, biasanya para selebrity ini dijadikan pilihan untuk kampanye atau promo dalam skala besar dengan tujuan meningkatkan exposure.<sup>70</sup>

### C. Tinjauan Umum Tentang *Shopee affiliate program*

#### 1. Pengertian *Shopee affiliate program*

*Shopee affiliate program* adalah program untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjadi content creator yang mempromosikan berbagai macam produk di media sosial.<sup>71</sup> *Shopee affiliate program* atau Program Afiliasi *Shopee* adalah program yang menawarkan penghasilan tambahan untuk *content creators* yang mempromosikan produk-produk *Shopee* di media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya. Sobat *Shopee* juga diberikan kebebasan untuk berkreasi dalam

<sup>70</sup> Firlina Alma Maulidia, "Pelaksanaan Endorsment Melalui *Influencer* Yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999" *Skripsi tidak di terbitkan*, Universitas Negeri Semarang: Fakultas Hukum, hlm. 53.

<sup>71</sup> Isna Rifka, <https://money.kompas.com/read/2022/01/18/214100226/butuh-uang-tambahan-simak-cara-daftar-shopee-affiliates-program?page=all>, diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

pembuatan konten selama produk-produk tersebut memenuhi syarat dan ketentuan *Shopee*.<sup>72</sup>

## 2. Mekanisme pendaftaran *Shopee affiliate program*

- a) Mendaftarkan sebagai *affiliate* berbayar dalam *Shopee Afiliate Program*. Kemudian pendaftar mendaftarkan diri *Shopee Afiliate Program*. Pastikan akun media sosial pengguna baru aktif, memiliki konten orisinal, dan terbuka untuk umum. Akun media sosial pengguna baru dan akun *Shopee* merupakan akun pribadi, bukan akun toko atau penjual.
- b) Pilihlah produk yang ingin anda *review* atau promosikan di akun media sosial. Pastikan agar produk yang anda pilih merupakan produk dari toko Star, Star+, atau *Shopee Mall*.
- c) Kemudian akan mendapatkan *custom link* produk yang bisa anda gunakan untuk produk ulasan. *Link* tersebut bisa anda dapatkan langsung dari halaman produk di aplikasi *Shopee* setelah melakukan pendaftaran. Klik salin tautan untuk mendapatkan *custom link* (<https://shp.ee>)
- d) Sebarkan *custom link* tersebut melalui media sosialmu. Misalnya, anda bisa menyebarkan *link* tersebut melalui description box di YouTube, bio atau swipe up *link* Instagram, dalam postingan Facebook, dalam thread Twitter, atau kolom komentar, floating text, bio, atau caption TikTok.
- e) Terima pembayaran komisi untuk setiap pembelian yang dibuat melalui *custom link* anda. Komisimu akan dibayarkan setiap minggu

---

<sup>72</sup> Agita Natalia, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/>, diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

kesatu dan ketiga setiap bulannya. Pastikan anda sudah mengaktifkan *ShopeePay* serta melengkapi detail pembayaran untuk menerima pembayaran komisi.<sup>73</sup>

### 3. Keuntungan mengikuti *Shopee Affiliates Program*

Tentunya, ada banyak keuntungan yang bisa Sobat *Shopee* dapatkan dengan bergabung dengan *Shopee Afililiate Program*, seperti:

- a) Punya kebebasan dalam memilih dan mempromosikan produk sebagai konten.
- b) Memiliki kesempatan untuk bergabung tanpa minimum *followers*.
- c) Memiliki fleksibilitas berkarya di channel media sosial, tanpa kontrak eksklusif yang mengikat.
- d) Proses mudah dan sederhana dengan hanya menyebarkan custom *link* untuk mulai mendapatkan komisi.
- e) Komisi akan dihitung dari harga produk yang terjual dari *Shopee Mall*, *Star+ & Star*. Dapatkan komisi hingga 10% dengan batas maksimum Rp10.000 untuk setiap transaksi dengan mempromosikan *link* produk di media sosialmu.
- f) Pembayaran transparan sesuai dengan performa, bergantung pada jumlah pembelian dan custom *link*.

Dengan bergabung menjadi anggota dari *Shopee Afililiate Program*, Sobat *Shopee* dapat menerima berbagai macam keuntungan.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Agita Natalia, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/>, diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

<sup>74</sup> Agita Natalia, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/>, diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah pola cara yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan secara ilmiah yang digunakan oleh peneliti, secara rasional, empiris dan sistematis merupakan disiplin ilmu untuk kegiatan penelitian.<sup>75</sup> Fungsi metode penelitian pada dasarnya digunakan untuk memperoleh data-data dengan kegunaan penelitian dilakukan secara ilmiah.<sup>76</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, proses dimana peneliti harus menyusun sebuah asumsi dasar dan batas-batas aturan dalam berfikir yang akan digunakan nantinya. Metode kualitatif merupakan proses penelitian dan pemahaman berdasarkan adanya metode dalam menyelidiki suatu peristiwa atau fenomena di masyarakat dan permasalahan manusia.<sup>77</sup>

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau dikenal dengan *field reseach*, yaitu jenis penelitian yang dalam konsep permasalahannya terjadi di sekitar kita atau hadir ditengah-tengah permasalahan kehidupan nyata. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan diranah kehidupan

---

<sup>75</sup> Fira husaini, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Anak hebat indonesia, 2020), hlm. 5.

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 2.

<sup>77</sup> Tegon, dkk, *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif* (Klaten: Lakeisha, 2019), hlm. 7.

sebenarnya. Dengan kata lain, penelitian lapangan ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.<sup>78</sup>

Penelitian akan mengamati praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *affiliates shopee*. Agar memperoleh data-data yang dibutuhkan maka peneliti perlu adanya wawancara terhadap para *Influencer* yang menggunakan fitur *affiliate* di aplikasi *shopee*.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat ditemukan sumber-sumber data.<sup>79</sup> Atau dengan kata lain tempat dimana subjek dan objek penelitian berada. Apabila dilihat dari subjek penelitian atau orang melakukan kegiatan yang akan diteliti melibatkan beberapa pihak yang berbeda tempat. Jadi lokasi penelitian ini adalah difitur *affiliate* di aplikasi *shopee* dimana *Influencer* yang dimaksud disini adalah para *Influencer* pada aplikasi *Instagram* dan *Tik-Tok* yang ada di wilayah Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.

## C. Sumber Data Penelitian

Agar memperoleh data-data yang sesuai dengan aslinya maka peneliti perlu menjabarkan beberapa sumber-sumber dalam data penelitian yang dibutuhkan. Sumber data penelitian didapat entah itu darimana saja data tersebut diperoleh. Entah itu dengan wawancara atau observasi atau dokumentasi.<sup>80</sup> Sumber data penelitian sebagai berikut:

<sup>78</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi reseach* (Yogyakarta: Fakultas psikologi UGM, 1994), hlm. 142.

<sup>79</sup> Etta mamang sangadji dan sofiah, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 183.

<sup>80</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 129.

a. Sumber Primer

Sumber data primer berasal dari orang-orang yang berkaitan secara langsung terhadap permasalahan yang akan diteliti. Sumber primer merupakan data yang bersumber langsung dari subjek penelitian.<sup>81</sup> Dalam penelitian ini sumber data primer adalah *Influencer instagram* dan *facebook*.

b. Sumber Sekunder

Data sumber sekunder merupakan data yang menunjang terhadap data-data primer yang diperoleh. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa buku-buku, majalah, transkrip dan data-data lain yang masih berkaitan dengan penelitian yang akan dikaji. Yang masih memiliki kaitannya dengan kerjasama *Influencer* dari fitur *afiliates*.

#### **D. Pendekatan Penelitian**

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan fokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis. Data study kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan atau dari berbagai sumber yang ada.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif untuk menggambarkan suatu keadaan pada saat penelitian dilakukan dan metode ini lebih fleksibel karena jenis penelitian ini berlandaskan pemahaman realitas sosial berdasarkan konteksnya.

---

<sup>81</sup> Sandu siyoto dan M Ali sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi, 2015), hlm. 67.

## E. Penentuan Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang nantinya akan menjadi sumber data utama dalam penelitian, subjek adalah pihak yang terkait secara langsung dengan permasalahan yang akan dikaji. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* sebagai teknik pengambilan data informan. *Snowball* merupakan metode yang digunakan dengan cara mencari contoh sampel dari populasi, kemudian diminta partisipasinya untuk memilih komunitasnya sebagai sampel sehingga jumlah sampel terpenuhi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang tentunya membutuhkan informan atau orang yang mampu memberikan informasi. Karena data informan yang belum ada maka belum bisa tersaji secara konkret terkait para *affiliator shopee* yang ada di kabupaten Banyumas. Maka, peneliti perlu menentukan batas minimal *Influencer* yang akan diperoleh informasinya sejumlah 5 orang dari *Influencer Instagram* dan 5 orang dari *Influencer Facebook* yang menjadi target kebutuhan data penelitian.<sup>82</sup> Besar harapan dari peneliti mampu melaksanakan dengan jumlah 10 *Influencer*. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah *Influencer Instagram* dan *Facebook* yang ada di Kabupaten Banyumas.

Sedangkan objek penelitian atau istilahnya variabel penelitian merupakan sesuatu yang menjadi fokus dalam penelitian, yaitu kerjasama *Influencer* dari fitur *affiliates* pada aplikasi *shopee* menurut hukum ekonomi syariah. Penulis berkeinginan untuk mengetahui penghasilan *Influencer* dari

---

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 125.

fitur affiliates pada aplikasi *shopee* menurut perspektif hukum ekonomi syariah.

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah poses pengadaan data untuk keperluan penelitian.<sup>83</sup> Dalam memperoleh data tersebut peneliti menggunakan metode atau teknik agar data yang diperoleh benar adanya atau sesuai dengan kenyataan yang terjadi, diantaranya adalah:

### a. Observasi

Metode observasi dalam cara pengumpulan data digunakan untuk memfokuskan pada satu kejadian, gejala, atau penafsiran sesuatu, pengungkapan terhadap faktor-faktor yang menyebabkan dan menemukan kaidah yang mengaturnya.<sup>84</sup>

Teknik metode pengumpulan data ini digunakan untuk mengidentifikasi dan pengetahuan terhadap pelaksanaan atau apapun yang kaitannya dengan penghasilan *Influencer* dari fitur *Shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee* menurut. Perspektif hukum ekonomi syariah. Dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan melakukan pengamatan untuk mengamati perilaku-perilaku sosial yang dilakukan oleh *Influencer*. Agar memperoleh data yang konkret dan kuat dalam penelitian ini mengenai penghasilan *Influencer* dari fitur *Shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee*.

---

<sup>83</sup> W. Gulo, "Metode penelitian" (Jakarta: Grafindo, 2002), hlm. 155.

<sup>84</sup> Emzir, *Metodolog Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), hlm. 38.

#### b. Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang digunakan dalam memperoleh data dari keterangan-keterangan lisan melalui percakapan antara dua orang atau lebih. Pertanyaan tersebut diajukan kepada seseorang yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian tersebut.<sup>85</sup> Dalam penelitian ini penulis akan mewawancarai 10 orang, yaitu: 5 orang merupakan *Influencer* dari aplikasi *instagram* dan 5 orang lagi *Influencer* dari aplikasi Facebook.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data dari hal-hal yang terkait dengan penelitian berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya.<sup>86</sup> Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dengan melihat dokumen-dokumen resmi seperti majalah, brosur atau sesuatu lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

### G. Metode Analisis

Untuk menganalisis data metode yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif dengan dilakukan dengan induktif. yaitu dengan menguraikan terlebih dahulu hal-hal yang bersifat khusus kemudian dijabarkan kepada hal-hal yang bersifat umum.<sup>87</sup> Disini peneliti mengumpulkan berbagai data yang didapat dari Kampung Marketer kemudian ditarik kesimpulan secara umum sesuai dengan data-data yang diperoleh.

---

<sup>85</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 118.

<sup>86</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian*" (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 201.

<sup>87</sup> Sandu Siyoto dan M Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 121.

Dalam penelitian ini, penulis dalam menganalisis data menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. ***Data Redution (Reduksi Data)***

Dalam penelitian lapangan terdapat data yang diperoleh dalam bentuk laporan/uraian yang terinci. Laporan itu dirangkum dari beberapa poin-poin yang penting dan di analisis dirangkum. Laporan lapangan sebagai bahan mentah kemudian di susun lebih sistematis sehingga mudah untuk di kendalikan. Data yang disusun tersebut memberi gambaran tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari data yang diperoleh apabila diperlukan.

2. ***Data Display (Penyajian Data)***

Laporan lapangan yang bertumpuk-tumpuk tersebut sulit untuk ditangan dan sulit melihat hubungan antara detail yang banyak, dengan sendirinya sukar melihat gambaran keseluruhannya untuk mengambil kesimpulan yang tepat agar dapat melihat gambaran keseluruhannya. Atau bagian-bagian tertentu dari penelitian tersebut harus diusahakan membuat berbagai macam grafik. Dengan demikian peneliti dapat menguasai data dalam tumpuk detail, karena membuat penyajian data juga merupakan analisis.<sup>88</sup>

3. ***Concusion Drawing (Verifikasi)***

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung

---

<sup>88</sup> Aji Damanuri, Metode Penelitian Muamalah (Yogyakarta: STAIN Po Press, 2010), hlm. 85-86.

pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan dalam pengumpulan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>89</sup> Metode ini penulis gunakan untuk mengambil kesimpulan dan verifikasi dari berbagai informasi yang diperoleh dari narasumber karyawan *shopee* dan para *Influencer Shopee affiliate program*.



---

<sup>89</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 252-253.

## BAB IV

### PRAKTIK KERJASAMA *SHOPPE AFFILIATE PROGRAM* MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH

#### A. Gambaran Umum Tentang *Shopee*

##### 1. Sejarah Berdirinya *Shopee*

Sejarah *Shopee* yang selama ini kita kenal sebagai marketplace yang sangat rajin untuk melakukan promo ini diketahui berdiri pada tahun 2015 di Singapura. Tidak hanya berfokus dinegara dimana ia di inisiasi, ternyata *shopee* memiliki ambisi yang sangat besar yang pada akhirnya melakukan ekspansi ke berbagai negara dimulai dari negara tetangganya Indonesia dan Malaysia, Thailand, Taiwan, Filipina, sampai dengan Vietnam. Marketplace dengan warna orange ini memiliki dua toko kunci yakni Forrest Li dan Chirs Feng, yang bisa dibilang adalah orang dibalik keberhasilan *shopee*. Perlu anda ketahui bahwa sebenarnya pada awal berdirinya *shopee* tidak mengambil bisnis model seperti yang ada sekarang ini. Mereka lebih suka menjalankan marketplace dengan sistem C2C atau Customer ke Customer seperti layaknya Tokopedia dan Bukalapak.<sup>90</sup>

Seiring berjalannya waktu, *Shopee* mencoba untuk menjalankan bisnis model lain yang juga mereka gunakan hingga saat ini, yaitu Hibrid C2C dan juga B2C, yang ditandai dengan adanya *Shopee Mall*. *Shopee Mall* sendiri adalah kumpulan dari toko-toko yang dipilih secara khusus oleh *shopee* dengan mempertimbangkan produk yang mereka jual sampai

---

<sup>90</sup> Anonim, <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 09.30 WIB

pelayanan yang diberikan kepada konsumen. *Shopee* adalah salah satu marketplace yang mencatatkan perkembangan signifikan dari tahun ke tahun. Selang dua tahun setelah *shopee* lahir, yakni pada tahun 2017 ia sudah mendapatkan pengguna yang sangat banyak. Pada saat itu, aplikasi dari *Shopee* sudah di download sebanyak 80 juta kali. Tidak hanya jumlah unduhannya saja yang naik signifikan, jumlah produk yang tersedia di *Shopee* juga tidak kalah banyak, yakni sekitar 180 juta produk. Jumlah pengguna naik, produk yang dijual juga semakin beragam berhasil membawa *shopee* pada Q4 tahun 2017 mencatatkan nilai GMV (perdagangan bruto) US\$1,6 miliar. Jika dibandingkan dengan nilai perdagangan bruto yang diraihinya pada tahun 2016, perolehan pada tahun 2017 ini berhasil naik sangat signifikan, yakni sebesar 206%.<sup>91</sup>

Hal yang sama juga terjadi pada tahun berikutnya, yakni tahun 2018. Pada tahun ini *shopee* berhasil memperoleh perdagangan bruto senilai US\$2,7 miliar. Secara prosentase, kenaikan memang tidak sebesar pada tahun 2017, namun bukan berarti itu kecil. Pada tahun 2018 *shopee* berhasil menaikkan GMV nya mencapai 153%. Keberhasilan *shopee* sebagai marketplace sebenarnya tidak hanya terjadi di negara dimana ia dibuat. *Shopee* secara nyata berhasil meraih beberapa prestasi di negara lain seperti Indonesia dan juga Malaysia. Di Indonesia misalnya, data dari sebuah survei yang dilakukan oleh TheAsianParent pada tahun 2017 mencatatkan *shopee* sebagai salah satu marketplace yang sangat disukai oleh ibu-ibu di

---

<sup>91</sup> Anonim, <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 11.04 WIB

Indonesia dengan memperoleh nilai mencapai 73%. Sedangkan tokopedia pada saat itu hanya bisa mencapai angka 54% saja. Begitu juga dengan pencapaian yang berhasil diperoleh oleh *Shopee* di Malaysia, ia berhasil menjadi situs jual beli online dengan traffiict terbanyak nomor 3, ia berhasil mengalahkan kompetitornya yakni Lelong, bahkan *shopee* di Apps Store juga berhasil menjadi aplikasi terbaik, yang sebelumnya dipegang oleh Lazada.<sup>92</sup>

## 2. Visi, Misi dan Tujuan *Shopee*

Tujuan yang ingin dicapai oleh platform online shop ini adalah untuk menjadikan kekuatan transformatif teknologi guna mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform yang bisa menghubungkan penjual dan pembeli dalam satu komunitas. Target pasar mereka adalah pengguna internet di semua wilayah dengan cara menyediakan pemenuhan kebutuhan atau produk, komunitas sosial, dan layanan yang Baik.<sup>93</sup>

## 3. Fitur dan macam-macam produk *Shopee*

*Marketplace Shopee* memiliki berbagai fitur dan layanan, diantaranya adalah:

### a) Gratis ongkir

Fitur gratis ongkir adalah fitur dimana pengguna dapat menggunakan layanan ini untuk mendapatkan jasa kirim produk yang dibeli secara gratis. Bagi penjual, fitur ini dapat mendongkrak daya beli

---

<sup>92</sup> Anonim, <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

<sup>93</sup> Meri Puspita, <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

konsumen karena fitur ini menarik bagi pembeli yang menginginkan barang dikirim secara gratis. Penjual bisa mendaftarkan tokonya dengan fitur gratis ongkir di *Shopee* dengan mudah. Diperlukan beberapa hari untuk mengaktifkan fitur gratis ongkir ini dan jika sudah disetujui, maka pada postingan produk akan muncul logo gratis ongkir. Dalam sistem pemilihan jasa kirim *Shopee* akan memperbaharui secara otomatis dapat memilih layanan jasa terbaik. Pemilihan akan disesuaikan dengan estimasi waktu dan kapasitas pengiriman, agar pengguna dapat menerima pesanan lebih cepat dan mendapatkan ongkir yang lebih murah. Pengguna *Shopee* masih tetap dapat memilih jasa kirim yang diinginkan dalam waktu satu jam setelah pesanan “Sedang dikemas” dan sebelum penjual memproses pesanan.<sup>94</sup>

#### b) Metode pembayaran

Dalam hal pembayaran barang, *Shopee* menawarkan berbagai fitur pembayaran yaitu:

##### 1. *ShopeePay*

*ShopeePay* adalah uang elektronik yang dimiliki *Shopee* khusus untuk pengguna yang melakukan berbagai transaksi. Untuk dapat menggunakan *ShopeePay*, pengguna harus mengaktifkan *ShopeePay* terlebih dahulu. Saldo *ShopeePay* dapat ditarik dan diisi dengan menghubungkan nomor rekening pengguna.

---

<sup>94</sup> Anonim, Apa ketentuan program gratis ongkir, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

## 2. *ShopeePayLater*

Layanan *SPayLater* dicicil satu 1x/beli sekarang bayar nanti oleh PT Lentera Dana Nusantara (sebagai operator platform layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi/P2P lending), PT Commerce Finance (sebagai perusahaan pembiayaan), serta pihak lain yang bekerja sama dengan PT Lentera Dana Nusantara atau PT Commerce Finance untuk memberikan pinjaman bagi Pengguna.<sup>95</sup>

*SPayLater* dapat digunakan untuk membeli beberapa produk digital seperti pulsa, listrik PLN, paket data, BPJS, tiket kereta api, telkom, PDAM, pasca bayar, tiket pesawat, TV kabel & internet, tiket bus & travel, roaming. Sedangkan *SPayLater* tidak dapat digunakan dalam membeli produk kategori voucher, emas, uang elektronik dan zakat.<sup>96</sup>

## 3. Cash on Delivery (COD)

COD adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli. Jasa kirim yang mendukung metode pembayaran COD antara lain adalah J&T Express, *Shopee Express*, ID Express dan pengiriman luar negeri. Pengiriman dengan jasa kirim J&T Express, *Shopee Express*

<sup>95</sup> Anonim, “Apa syarat ketentuan berbelanja dengan *SPayLater*”, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

<sup>96</sup> Anonim, “Apa syarat ketentuan berbelanja dengan *SPayLater*”, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

dan ID Express dengan metode pembayaran COD (bayar di tempat) dilindungi asuransi.<sup>97</sup>

#### 4. *Cashback* dan *voucher*

Fitur *cashback* dan *voucher* adalah fitur yang memberikan potongan saat pembelian barang. *Cashback* di *Shopee* ada dua jenis yaitu dalam bentuk *ShopeePay* atau dalam bentuk *Shopee Koin*. Keduanya dapat digunakan untuk pemotongan belanja selanjutnya. Untuk mendapatkan fitur ini cukup dilakukan klaim pada saat penawaran dan saat *check out* pengguna memasukan *voucher* tersebut sebelum menyetujui pembayaran.

#### 5. *Shopee game*

Fitur keempat yang dimiliki oleh *Shopee* selanjutnya adalah *Shopee Game*. Ada berbagai jenis game yang bisa dimainkan di *Shopee*, mulai dari *Goyang Shopee*, *Shopee Potong*, *Shopee Goyang Jari*, *Shopee Poli*, *Shopee Tanam*, *Shopee Candy*, *Shopee Lempar*, dan yang terbaru adalah *Shopee Candy* dan *Shopee Link*. Ada banyak reward yang diberikan *Shopee Game* ini, mulai dari koin *Shopee*, beragam voucher, sampai hadiah-hadiah menarik seperti Smartphone bagi pengguna yang telah mencapai target yang ditentukan *Shopee*.

#### 6. *Shopee koin*

*Shopee koin* merupakan reward yang diberikan *Shopee* saat mendapatkan voucher cashback, me-review barang yang sudah dibeli

---

<sup>97</sup> Anonim, "Apa itu opsi pembayaran COD (Bayar di Tempat)" <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-opsi-pembayaran-COD-Cash-on-Delivery>. diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.05 WIB

atau saat bermain *Shopee game*. Saldo *Shopee koin* juga dapat memotong biaya pembayaran ketika akan membeli suatu barang. Pengguna dapat mengirim Koin sebagai hadiah kepada teman yang ada di kontak Pengguna melalui *chat*. Koin yang ditransfer ke teman adalah Koin terbaru yang pengguna punya (tanggal kedaluwarsa paling lama). Apabila pengguna mengirim Koin kepada teman, tanggal kedaluwarsa Koin tidak akan diperbaharui.<sup>98</sup>

### **B. Praktik Kerjasama *Shopee affiliate program***

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dalam pengumpulan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian, dan bersifat deskriptif kualitatif untuk menggambarkan Praktik Kerjasama *Influencer Terhadap Fitur ShopeeAffiliate e Program*.

*Influencer* dalam penelitian ini masuk dalam klasifikasi tujuan umum yaitu *to inform*, yang memiliki tujuan untuk memberitahu, membantu audiens untuk memperoleh informasi yang belum mereka miliki. *Influencer* disini masuk dalam jenis nano *Influencer* dimana *Influencer* tersebut jumlah *followers* paling sedikit yaitu 500-1000 *followers*, tetapi nano *Influencer* ini sangatlah berpengaruh, pasalnya nano *Influencer* umumnya mengenal hampir seluruh *followers* secara langsung, sehingga terdapat tingkat kepercayaan dan interaksi yang tinggi.

Sebagai marketplace yang memiliki banyak pengguna, *Shopee* terus berkembang menghadirkan layanan terbaik untuk penggunanya. *Shopee*

---

<sup>98</sup> Anonim, "Apa itu Transfer Koin di chat?" <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Transfer-Koin-di-chat.com>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.05 WIB

affiliate menjadi layanan baru dari *Shopee*. Cara daftar *Shopee affiliate* bisa dilakukan oleh seluruh pengguna yang memenuhi syarat.<sup>99</sup> Berikut cara mendaftar *shopee affiliate program*:

1. Klik "Masuk Sekarang" pada aplikasi *shopee* yang biasa digunakan. Apabila telah berhasil kemudian dikolom pencarian *shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee*.
2. Mengisi informasi akun yang akan didaftarkan untuk bergabung *shopee affiliate program*,
3. Lalu akan ada kode verifikasi email untuk melakukan langkah selanjutnya.
4. Setelah mendapat kode verifikasi lalu mengisi formulir informasi media dan tunggu adanya konfirmasi, Proses konfirmasi memerlukan waktu selama 3x24 jam kerja. Jika telah sesuai ketentuan yang diberikan oleh *Shopee* maka akan mendapatkan email verifikasi.
5. Pilih produk yang ingin anda review atau promosikan di akun media sosial. Pastikan agar produk yang anda pilih merupakan produk dari toko Star, Star+, atau *Shopee Mall*.
6. Dapatkan *custom link* produk yang bisa digunakan untuk produk ulasan. *Link* tersebut bisa didapatkan langsung dari halaman produk di aplikasi *Shopee* setelah melakukan pendaftaran. Lalu Dapatkan dan sebarkan *custom link* tersebut melalui media sosial. *Link* tersebut bisa anda dapatkan langsung dari halaman produk di aplikasi *Shopee* setelah melakukan pendaftaran.

---

<sup>99</sup> Anonim, "cara daftar shopee affiliate dengan mudah dan cepat" <https://katadata.co.id/safrezi/digital/61960cfad0ab7/cara-daftar-shopee-affiliate-dengan-mudah-dan-cepat.com>, diakses pada 18 Maret 2023 pukul 11.20 WIB.

7. Lalu, bisa menyebarkan *link* tersebut melalui *description box* di *YouTube*, *bio* atau *swipe up link Instagram*, dalam postingan *Facebook*, dalam thread *Twitter*, atau kolom komentar, *floating text*, *bio*, atau *caption TikTok*. Terima pembayaran komisi untuk setiap pembelian yang dibuat melalui *custom link* anda.
8. Jika komisi masih berada di bawah batas minimum transfer (Rp10.000), komisi akan diakumulasikan ke periode berikutnya.
9. Jadi pastikan bahwa sudah mengaktifkan *ShopeePay* serta melengkapi detail pembayaran untuk menerima pembayaran komisi. Komisi akan dibayarkan setiap minggu kesatu dan ketiga setiap bulannya. Pastikan sudah mengaktifkan *ShopeePay* serta melengkapi detail pembayaran untuk menerima pembayaran komisi.<sup>100</sup>

Berdasarkan wawancara dengan As'ad Muhammad atas pertanyaan cara daftar *shopee affiliate*:

Cara daftarnya mudah, pertama punya akun *shopee* dulu lalu ngisi informasi akun, lalu nanti suruh masukan email itu gunanya untuk verifikasi kode akun yang akan dikirimkan untuk melakukan langkah mengisi informasi kategori dimana dikasih pilihan mempromosikan lewat media sosial apa. Setelah selesai nanti tinggal menunggu email dari *shopee* apakah pendaftarannya diterima atau tidak, biasanya nunggu 3 x 24 jam, Kalau sudah diterima tinggal mempromosikan produk *shopee*nya, kalo saya mempromosikannya lewat facebook.<sup>101</sup>

Meskipun *Shopee affiliate program* ini bisa diikuti oleh semua pengguna, tentunya tetap terdapat syarat dan ketentuan yang harus diperhatikan ketika hendak menjadi anggota *shopee affiliate program*. Syarat dan ketentuan

<sup>100</sup> Hasil Wawancara dengan Hani Nuha Hapsari sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliator*, Pada Hari Minggu 13 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

<sup>101</sup> Hasil Wawancara dengan As'ad Muhammad sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliate*, Pada Hari Senin 1 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

yang perlu dipenuhi *Influencer* apabila ingin bergabung di *Shopee affiliate program*:

1. Memiliki minimal 2.000 subscribers / *followers* / teman di *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, atau *Facebook* untuk menjadi *Shopee Influencers*.
2. Akun media sosial Anda aktif, memiliki konten orisinal, dan terbuka untuk umum. Akun media sosial Anda merupakan akun pribadi bukan akun toko atau penjual.
3. Akun media sosial tidak boleh mengandung unsur SARA (Suku, Agama, dan Ras), unsur pornografi, serta tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia.
4. Produk yang bisa dipromosikan hanya produk *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Star+*, dan *Star*.
5. Produk yang dilarang adalah produk rokok, rokok elektrik, ganja, obat-obatan terlarang, produk dewasa.
6. Komisi akan dibayarkan paling cepat setiap 2 (dua) minggu sekali.
7. *Shopee* berhak untuk mengunggah ulang konten di sosial media dan aplikasi *Shopee*.<sup>102</sup>

Dalam penelitian ini, penulis juga mendapatkan keterangan dari *Customer Service* yang bekerja dibagian *outsourcing*. keterangan tersebut dinyatakan sebagai berikut:

---

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Melan sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliator*, Pada Hari Minggu 15 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

Syarat dan ketentuan untuk anggota *shopee affiliate program*. Misal harus memiliki minimal 2000 followers, akun *shopee*nya aktif, tidak mengandung unsur pornografi, toko yang dipromosikan harus star+, supermarket star atau *shopee mall*. Produknya dipromosikan tidak boleh produk rokok, rokok elektrik, ganja, obat-obatan terlarang, produk dewasa. Komisi biasanya dibayarkan paling cepat 2 minggu sekali.<sup>103</sup>

Setelah mengetahui bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program* dan beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipahami maka langkah selanjutnya harus memahami bagaimana cara perhitungan *shopee affiliate program*.<sup>104</sup> Komisi yang didapatkan dari *shopee affiliate program* kisaran 1% hingga 10% untuk setiap transaksi. Ada beberapa ketentuan komisi yang didapatkan, diantaranya:

1. Akan mendapatkan komisi 10% maksimal Rp10.000 jika menjadi anggota baru dari setiap transaksi produk dan toko yang dipromosikan
2. Akan mendapatkan komisi 5% maks. Rp10.000 jika pesanan berasal dari Pembeli *Shopee* yang sudah pernah melakukan transaksi di *Shopee* sebelumnya.<sup>105</sup>

*Shopee affiliate program* adalah program yang memberikan keuntungan khusus untuk *Influencer* berupa komisi hingga 5% maksimal Rp10.000 untuk setiap penjualan yang dibuat melalui *link* khusus toko dan *link* produk Penjual. *Influencer* yang sudah terdaftar dapat membagikan *link* khusus toko dan *link* produk melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, dll). Komisi

---

<sup>103</sup> Hasil wawancara dengan Afif sebagai Customer servis bagian oursching, Pada Hari Minggu 15 Mei 2022 Pukul 09.00 WIB.

<sup>104</sup> Anonim, "cara daftar shopee affiliate dengan mudah dan cepat" <https://katadata.co.id/safrezi/digital/61960cfad0ab7/cara-daftar-shopee-affiliate-dengan-mudah-dan-cepat.com>, diakses pada 18 Maret 2023 pukul 11.20 WIB

<sup>105</sup> Hasil wawancara dengan bapak afif sebagai customer servis pada Shopee Affiliate program, Pada Hari senin 15 Mei 2022 Pukul 12.00 WIB

*Influencer* akan dihitung dari Pembeli yang meng-klik *link* dan menyelesaikan pesanan dalam 7 hari, komisi akan masuk kedalam saldo akun melalui *shopeepay* dengan catatan minimal saldo Rp 10.000.<sup>106</sup>

### C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kerjasama *Influencer* Terhadap *Shopee affiliate program*

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti bahwa kerjasama yang dilakukan antara *Influencer* dengan pihak *Shopee affiliate program* adalah merupakan kerjasama *samsārah*. Setelah diteliti melalui wawancara yang telah dilakukan peneliti maka peneliti telah mendalami terkait syarat dan rukun dalam bertransaksi menggunakan akad kerjasama *samsārah*. Syarat dan rukun dalam akad *samsārah* yang dilakukan telah memenuhi segala aspek. Dengan deskripsi sahnya akad *samsārah* harus memenuhi beberapa rukun yaitu:

#### 1. *Al- Muta'qidin* (Para pihak yang terkait)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada makelar (*simsār*) dan pemilik harta (partner) supaya kerja sama tersebut berjalan (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi). Kemudian ada konsumen yang membeli produk yang dimiliki partner yang dijual melalui *simsār*. Seorang *simsār* harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka dan tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram dan yang syubhat. Dia juga berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan

---

<sup>106</sup> Hasil Wawancara dengan Amin sebagai *Influencer* pada program Shopee Afiliator, Pada Hari Minggu 15 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

pihak yang menggunakan jasa *simsār* harus segera memberikan imbalannya.<sup>107</sup>

Dalam hal ini yang menjadi makelar adalah *Influencer* yang mendaftarkan diri di program *Shopee Affiliate* dengan ketentuan syarat yang telah diberlakukan oleh pihak *shopee* dengan cara menyebarkan *link* produk melalui *description box* di YouTube, bio atau *swipe up link* Instagram, dalam postingan Facebook, dalam thread Twitter, atau kolom komentar, *floating text*, bio, atau *caption* TikTok. Kemudian Pemilik Harta adalah dari pihak *Shopee* dengan produk-produk yang bisa dipromosikan hanya produk *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Star+*, dan *Star*. Setelah itu konsumen merupakan pembeli yang ingin berminat dengan cara mengklik *link* yang telah di sebarakan sebelumnya oleh *Influencer* di platform media sosialnya kemudian melakukan pembelian produk melalui *link* yang telah di sebarakan oleh *Influencer*. Berdasarkan hasil kajian bab terdahulu dapat kita simpulkan bahwa kerjasama *shopee affiliate program*

Sesuai dengan penjelasan diatas, menurut peneliti untuk *simsār* disini yaitu pihak *shopee*, dan untuk pemilik prodaknya yaitu pihak partner, *simsār* yang peneliti teliti sudah sesuai dengan rukun al-muta'qidaini yaitu jujur, ikhlas terbuka dan tidak melakukan penipuan ataupun bisnis yang haram dan syubhat. Karena dalam mengiklankan prodaknya juga sesuai dengan apa yang dijual. Dalam menerima imbalan SDM tersebut mendapatkan komisi untuk setiap prodak yang *Influencer* promosikan dari

---

<sup>107</sup> Zuhdi, Masjfuk... hlm. 122.

*shopee affiliate program* sesuai dengan kesepakatan awal yang kedua belah pihak itu sepakati dalam perjanjian.

## 2. *Mahal al-Ta'aqud* (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. Produk yang bisa dipromosikan hanya produk *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Star+*, dan *Star*. 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 *simsār* berhak menerima imbalan antara 2,5% sampai 5%.<sup>108</sup>

Sesuai dengan penjelasan diatas, menurut peneliti SDM selaku *simsār* sudah sesuai dengan rukun mahal al-Ta'aqud. Dan untuk komisi sudah diberitahukan di awal kesepakatan yang dibuat antara *shopee* dan *Influencer* tersebut. Dan untuk objek transaksi yang dilakukan juga legal, untuk jumlah komisi yang dilakukan kepada *shopee* sudah sesuai dengan kesepakatan di awal.

## 3. *Shigat*

*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. Di

---

<sup>108</sup> Masjfuk Zuhdi,...hlm.123.

Indonesia, *samsārah* lebih dikenal dengan sebutan makelar.<sup>109</sup> Terjadi pada pihak *shopee* dengan pemilik prodak atau penjual sudah sesuai karena terdapat keridhoan antara kedua belah pihak.

Dalam profesi ini untuk sahnya pekerjaan *samsārah* harus memenuhi beberapa syarat, sebagai berikut:

- a) Persetujuan kedua belah pihak
- b) Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan
- c) Obyek akad bukan hal-hak maksiat atau haram, misalnya mencarikan untuk kasino, porkas, dan sebagainya.<sup>110</sup>

Berdasarkan pemaparan dari profesi pekerjaan *samsārah* telah memenuhi syarat dengan adanya persetujuan antara pihak *shopee* dengan *Influencer* selaku makelar dengan mempromosikan produknya lewat media sosial yang *Influencer* miliki. Kemudian adanya ketentuan barang yang diperbolehkan untuk dipromosikan seperti Produk yang bisa dipromosikan hanya produk *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Star+*, dan *Star*, Produk yang dilarang adalah produk rokok, rokok elektrik, ganja, obat-obatan terlarang, produk dewasa, dan produk tidak original atau palsu.

Pandangan Hukum Ekonomi syariah tentang praktik kerjasama antara *Influencer* dengan Program *Shopee Affiliate* dibolehkan menurut hukum ekonomi syariah karena sudah memenuhi syarat dan rukun dalam akad *samsārah* yang ditentukan.

<sup>109</sup> Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: Cv Haji Mas Agung, 1993) hlm 122-123.

<sup>110</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah* Jilid 12, Diterjemahkan Olehh Kamaluddin A. Marzuki, Dkk. (Bandung: Alma'Arif, 1996), hlm 199.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dalam bab-bab sebelumnya dalam bab ini merupakan kesimpulan. Dalam skripsi ini dapat ditarik kesimpulan mengenai praktik kerjasama *Influencer* terhadap fitur *affiliates shopee program* menurut hukum ekonomi syariah. Untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Terkait dengan bagaimana praktik kerjasama *Influencer* dari fitur *affiliate program* pada aplikasi *shopee* dipastikan sudah terdaftar menjadi anggota *Shopee affiliate program*. Berikut praktik kerjasama *Influencer* dari fitur *affiliate program* pada aplikasi *shopee* yaitu buka aplikasi *Shopee* di HP, pilih produk yang ingin dipromosikan, pilihlah hanya produk dari *Shopee Mall*, *Star+*, atau *Toko Star*, jika sudah pilih klik Salin Tautan afiliasi di halaman produk yang mau dipromosikan, selanjutnya tinggal buat konten untuk mempromosikan produk *Shopee* tadi, lalu bagikan *link* afiliasi produk tadi di konten tersebut agar teman dan pengikut membeli melalui *link* afiliasi tersebut, tunggu ada yang membeli dari *link* tersebut dan akan mendapat komisi hingga 10% dari setiap transaksi lewat *link affiliate* tersebut.
2. Terkait tentang bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap praktik kerjasama *Influencer* dari fitur *shopee affiliate program* pada aplikasi *shopee*. Berdasarkan pemaparan dari profesi pekerjaan *samsārah*

telah memenuhi syarat dengan adanya persetujuan antara pihak *shopee* dengan *Influencer* selaku makelar dengan mempromosikan produknya lewat media sosial yang *Influencer* miliki. Kemudian adanya ketentuan barang yang diperbolehkan untuk dipromosikan seperti Produk yang bisa dipromosikan hanya produk *Shopee* Mall, *Shopee* Supermarket, Star+, dan Star, Produk yang dilarang adalah produk rokok, rokok elektrik, ganja, obat-obatan terlarang, produk dewasa, dan produk tidak original atau palsu. Pandangan Hukum Ekonomi syariah tentang praktik kerjasama antara *Influencer* dengan Program *Shopee Affiliate* dibolehkan menurut hukum ekonomi syariah karena sudah memenuhi syarat dan rukun dalam akad *samsārah* yang ditentukan.

#### **B. Saran**

1. Kepada para *Influencer* perlu memilah-milah mana produk yang dipromosikan untuk mengantisipasi hal-halnya yang menimbulkan konsumen kecewa.
2. Kepada Pihak *Shopee* Program *Affiliates* perlu adanya verifikasi data secara ketat agar nantinya yang terdaftar sebagai affiliator di *shopee* tidak menyalahgunakan wewenang yang dimiliki.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU DAN KITAB

- 'Umairah, Syihab Al-Din Ahmad Al-Ralsiy. *Hasyiah 'Umairah*, Jilid 3. Beirut: Dar Alfikr. 1998.
- Afandiy, Ibnu 'Abid Muhammad 'Alauddin. *Hâsyiah Radd Al-Mukhtar 'Ala Durr Al-Mukhtâr Syarh Tanwîr Al-Abshar*. Juz 5. Beirut: Dâr Al-Fikr. 2000.
- Afandiy, Ibnu 'Abid Muhammad 'Alauddin. *Hasyiah Radd Al-Mukhtar 'Ala Durr Al-Mukhtar Syarh Tanwir Al-Abshar*. Jilid 6. Beirut: Dar Al-Fikr. 2000.
- Ahmad, Taqiyuddin Abû Al-'Abbâs. *Alikhtiyârât Al-Fiqhiyyah*. Beirut: Dâr Al-Ma'rifah. 1978.
- 'Alaisy, Muhammad. *Manh Al-Jalîl Syarh Mukhtashar Khalil*. Jilid 10. T.Pn.: T.Pn. T.Th.
- Al-Âlusiyy, Syihâb Al-Din Mahmûd Ibn 'Abdillâh Al-Husaini. *Râh Al-Ma 'Âniyy Fi Tafsîr Al-Qur'ân Al-'Adzim Wa Al-Sab'i Al-Matsâniyy*. Jilid 11. Beirut: Dâr Al-Kutub Al-'Lmiyyah. 1415.
- Al-Asqalani, Imam Hafizh Ali Bin Hajar. *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari Juz V*. Bairut: Dar Al-Fikr. 1996.
- Al-Dawts, Ahmad Bin 'Abd Al-Razzaq. *Fatawa Al-Lajnah Al-Dâimah*, Jilid 13. T.Tp.: Al- Lajnah Al-Daimah Li Al-Buhuts Wa Al-Ifta'. T.Th.
- Al-Hijâwiy, Syaraf Al-Dtn Mâsâ Bin Ahmad Bin Mâsâ Abâ Al-Najâ. *Al-Lqnâ ' Fi Fiqhi Al-Imâm Ahmad Bin Hambal*. Jilid 2. Beirut: Dâr Al-Ma'rifah. T.Th.
- Al-Kattâniyy, Al-Syaikh 'Abd Al-Hayy. *Nidhâm Al-Hukûmah Al-Nabawiyyah*. Jilid 2. Beirut: Dâr Al-Kitâb Al-'Arabiyy. T.Th.
- Al-Mardawiy, 'Alauddin Abu Al-Hasan 'Aliy Bin Sulaiman. *Al-Lnshaffi Ma'Rifati Al-Rajih Min Al-Khilaf 'Ala Madzhabi Al-Imam Ahmad Bin Hambal*. Jilid 8. Beirut: Dar Ihya' Alturats Al-'Arabiyy. 1419.
- Al-Marwaziyy, Ishaâq Bin Manshûr. *Masâil Al-Lmâm Ahmad Bin Hambal Wa Ishâq Bin Râhawaih*. Jilid 6. Madinah: 'Imâdah Al-Bahts Al-'Lmiyy Universitas Islam Madinah, 2002.

- Al-Zarqaniy, Muhammad Bin 'Abd Al-Baqt Bin Yâsuf. *Syarh Al-Zarqâniy 'Alá Muwattha ' Al-Lmâm Mâlik*. Jilid 3. Beirut: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiyyah. 1411 H.
- Amin, Muhammad. *Al- 'Uqûd Al-Durriyyahfi Tanqihî Alfatawâ Al-Hâmidîyyah*. Jilid 3. T.Tp.: T. Pn. T.Th.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Emzir. *Metodolog Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pres. 2010.
- Falahi, Abu Sa'id al Dkk. *Halal Dan Haram*. Jakarta: Robbanipress. 2008.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi reseach*. Yogyakarta: Fakultas psikologi UGM. 1994.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2003.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo. 2003.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika. 2010.
- Husaini, Fira. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak hebat Indonesia. 2020.
- Khariiri, Miftahul. *Ensiklopedia Fiqih Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzhab*. Yogyakarta: Maktabah Al- Hanif. 2017.
- Mandzur, Ibn. *Lisän al- 'Arab, Kahirah: Dâr al-Ma'ârif*. Jilid 3. Beirut: Dâr Al-Kitâb Al-'Arabiy. T.Th.
- Mâzah, Mahmûd Bin Ahmad Bin Al-Shadr Al-Syahîd Al-Najjâriy Burhân Al-Dîn. *Al-Muhîth Al-Burhâniy*. Jilid 8. T.Tp.: Dâr Ihyâ' Al-Turâts Al-'Arabiy, T.Th.

- Musnaini, Dkk. *UMKM Digital Era New Normal*. Suluk: CV insan cendikia mandiri. 2021.
- Nujaym, Zainuddtn Bin Ibrâhtm Bin Nujaim Al-Mishriy Al-Ma'râf Bi Ibni. *Albahr Al-Râiq Syarh Kanz Al-Daqâiq*. Jilid 6. Beirut: Dâr Al-Ma'rifah. T.Th.
- Purnamasari, Wulan dan Lydia Irena. *Komunikasi, Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umar. 2019.
- Qardhawi, Yusuf. *Halal Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia. 2005.
- Ratri, Carolina. *Blogging Have Fun and Get The Money*. Jogjakarta: Cv. Diandra Prima Mitra Media. 2015.
- Sabiq, Sayyid *Fikih Sunnah* Jilid 12. Diterjemahkan Olehh Kamaluddin A. Marzuki, Dkk. Bandung: Alma' Arif. 1996.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah 12*. Bandung, Pt Al-Ma'ruf. 1988.
- Salmiah, Fajrillah. Dkk. *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2020.
- Sangadji, Etta mamang dan sofiah. *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi. 2010.
- Siyoto, Sandu dan M Ali sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi. 2015.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Dilembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenada media group. 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta, Rajawali Pers. 2016.
- Supriyandi, Muhamad Zen Dkk, *Pemasaran Di Era Digital: Tantangan dan Solusi*. Medan: Kita menulis. 2021.
- Suwiknyo, Dwi. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media. 2009.
- Tegon. dkk. *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Klaten: Lakeisha. 2019.

- Tim Penyusun Al-Qur'an Terjemah Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjema*. Bandung, Sigma Axemedia Arkanlomea. 2007.
- Uman, Cholil. *Agama Menjawab tentang Berbagai Masalah Abad Modern*. Surabaya: Menara Suci. 1994.
- Uman, Cholil. *Agama Menjawab tentang Berbagai Masalah Abad Modern*. Surabaya: Menara Suci. 1994.
- W. Gulo. *Metode penelitian*. Jakarta: Grafindo. 2002.
- Wahid, Nur. *Multi Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Deepublish. 2019.
- Wijoyo, Hadion dan Yoyok Cahyono. dkk. *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri. 2020.
- Yusuf Al-Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Terj. Mu'alam Hamidy. Surabaya: Bina Ilmu. 1993.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Zuhdi, Masfik. *Masail Fiqhiyah*. Jakarta: CV Haji Mas Agung. 1993.

### **Skripsi dan Tesis**

- Ansori, Irfan. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing Amazon". *Skripsi* tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2015.
- Maulidia, Firlina Alma. "Pelaksanaan Endorsment Melalui *Influencer* Yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999". *Skripsi* tidak di terbitkan. Universitas Negeri Semarang: Fakultas Hukum.
- Munawir. "Sistem Penetapan Komisi Dan Provisi Agen Dalam Jual Beli Mobil Menurut Hukum Islam", *Skripsi* tidak diterbitkan. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam. 2017.
- Nuraini, Aulia. "Jual Beli Dalam Praktek Affiliate Marketing Pada Interne tMarketing E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam". *Skripsi* tidak diterbitkan. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin. 2018.

Setyaningsih, Karina Nur. "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap *samsārah* Dalam Jual Beli Online di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga", *Skripsi* tidak diterbitkan. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. 2020.

Latief, Nurahmah. "Pengaruh Media Sosial Intagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makasar". *Skripsi* tidak diterbitkan. Makasar: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar. 2019.

## JURNAL ILMIAH

Fauzia, Ika Yunia. "Akad Wakalah Dan *Samsarah* Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online". *Jurnal Studi KeIslaman*. Vol. 9 No. 2 2015. <https://www.researchgate.net>. diakses 11 Mei 2022, Hlm. 339.

Fridiana, Made Gladys. "Pengaturan Kegiatan Promosi Produk Oleh *Influencer* Pada Media Sosial". *Jurnal Kertha Semaya*. Vol. 9 No. 12 Tahun 2021.

Luthfiany dan Putu Nina Madiawati. "Analisis Celebriy Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli Skincare Dengan Advertising Appeal Sebagai Variabel Intervening". *E-Procceding Of Management*. Vol.5 No.1 Maret 2018.

Purwaningsih, Sri Desti. "Marketing Digital Campign Dalam Membangun Startup Melalui *Influencer* Pada Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 4. No.2. Juli 2021.

Rahmawan, Detta. Dkk. "Peran Vlogger Sebagai Online *Influencer* dalam Industri Media Digital di Indonesia". *Jurnal Promedia*. 3 (2): 183-206. 2017

## WEBSITE

Anonim, "Apa itu opsi pembayaran COD (Bayar di Tempat)" <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-opsi-pembayaran-COD-Cash-on-Delivery>. diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.05 WIB

Anonim, "Apa itu Transfer Koin di chat?" <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Transfer-Koin-di-chat>. diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.05 WIB

Anonim, "Apa ketentuan program gratis ongkir". <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

Anonim, “Apa syarat ketentuan berbelanja dengan SpayLater”.  
<https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

Anonim, “Inspirasi Shopee Affiliates Program”, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/> Diakses pada 19 agustus 2021.

Anonim, “Mengenal Arti Kata Afiliasi dan Perannya dalam Konteks Marketing, Pasar Modal, Psikologi, dan Organisasi”, <https://www.cermati.com>, diakses pada 19 agustus 2021.

Anonim, <https://divedigital.id/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu, 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

Anonim, “Inspirasi Shopee Affiliates Program”, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/>, diakses pada 11 Agustus 2021.

Muhammad sholeh, “Daftar Program Affiliate Marketing Terbaik Indonesia”,  
<http://irim.email/daftar-affiliate-marketing-terbaik-indonesia.com>, diakses pada 19 agustus 2021.

Natalia, Agita. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-affiliates-program/>. diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

Puspita, Meri. <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>, diakses pada Minggu 15 Maret 2022 Pukul 10.04 WIB

Rifka, Isna. <https://money.kompas.com/read/2022/01/18/214100226/butuh-uang-tambahan-simak-cara-daftar-shopee-affiliates-program?page=all>. diakses pada Rabu 11 Maret 2022 Pukul 13.30 WIB.

## WAWANCARA

Hasil Wawancara dengan Amin sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliator*, Pada Hari Minggu 15 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Hani Nuha Hapsari sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliator*, Pada Hari Minggu 13 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Melan sebagai *Influencer* pada program *Shopee Afiliator*, Pada Hari Minggu 14 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Afif sebagai Customer servis *shopee* bagian out shourching, Pada Hari Minggu 14 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB.



## Lampiran 1

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Customer servis dari pihak outsourcing *shopee*

1. Apa itu *shopee affiliate program*?
2. Apakah bekerjasama dengan *shopee affiliate program* ada perjanjian kerjasamanya?
3. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?
4. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?
5. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Jawab

*Shopee affiliate program* itu bagian dari *shopee* dimana kita itu bisa mejadi konten kreator atau investor yang ngeshare prodak-prodak *shopee* melalui media sosial.

#### B. Anggota *shopee affiliate program (Influencer)*

1. Bagaimana cara mendaftar *Shopee affiliate program*?
2. Apa syarat dan ketentuan menjadi *shopee affiliate program*?
3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program*?
4. Didaerah mana anda menjalankan *shopee affiliate program*?
5. Produk apa saja yang dipromosikan?
6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?
7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?
8. Bagaimana cara pencairan komisinya?
9. Bagaimana cara kerja *shopee affiliate program*?
10. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?
11. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Afif

Jabatan : customer servis *shopee* bagian outsourcing

1. Apa itu *shopee affiliate program*?

*Shopee affiliate program* itu bagian dari *shopee*, sejenis kerjasama antara *shopee* dan *Influencer* dimana kita itu bisa mejadi konten kreator atau investor yang ngeshare prodak-prodak *shopee* melalui media sosial.

2. Apakah bekerjasama dengan *shopee affiliate program* ada perjanjian kerjasamanya?

Tentu ada perjanjian kerjasamanya yang harus disepakati diawal kerjasama antara *shopee* dan *Influencernya*, contohnya seperti dilarangnya mempromosikan rokok.

3. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

*Influencer* akan mendapatkan komisi ketika sudah mempromosikan produk atau toko yang ada di *shopee* dengan cara membagikan *link* yang akan dibagikan atau dishare melalui media sosial seperti instagram, tik tok, facebook.

4. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi yang didapatkan *Influencer* itu sekitar 1%-10% setiap transaksi.

5. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan cair setelah konsumen membeli melalui *link* yang telah dagikan oleh *Influencer* tersebut. Komisi dapat dicairkan setelah menyelesaikan pesanan selama 7 hari, komisi akan cair melalui *shopeepay* tetapi saldo harus ada minimal Rp 10.000.

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Nomita (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Daftarnya di akun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program. Kalau mempromosikan saya melalui media sosial instagram

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan  
Salin *link* ke media sosial yang akan dipromosikan  
Tunggu sampai ada ada notifikasi yang membeli produknya  
Dapatkan komisinya  
Sosial media Instagram

4. Didaerah mana anda menjalankan *shopee* affiliate?

Saya menjalankan *shopee* affiliate di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Biasanya outfit yang biasa saya pakai seperti baju, tas, sepatu, kerudung, atau jam tangan.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Melan (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *Shopee affiliate program*?

Pertama Daftar diakun *shopee* terlebih dahulu, ketika dipencarian *shopee* yaitu *shopee* affiliate program lalu isi formulir yang disediakan lalu tunggu 3 x 24 jam ada konfirmasi email dari *shopee* untuk penerimaan menjadi anggota *Shopee Affiliate Program*.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower atau lebih, akun tidak diprivat, mempunyai akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan rokok, obat-obat terlarang, rokok elektrik, ganja dan tembakau.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pertama pilih produk yang akan dishare, bagikan *link* produk yang akan dishare, tinggal tunggu ada notifikasi kalo sudah ada yang membeli lewat *link* itu baru dapat komisinya. Saya mempromosikannya lewat media sosial instagram.

4. Didaerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Banjarnegara.

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Biasanya outfit yang biasa saya pakai seperti baju, hijab dan prabotan rumah tangga.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi setelah ada yang membeli produk yang saya share.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% tergantung toko juga. .

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay*.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan yang jelasnya dan sering dapat gratis ongkir juga



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Bonita (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Masuk aplikasi *shopee* , masuk ke fitur *shopee affiliate program* lalu isi setiap stepnya sampai selesai dan tunggu ada email masuk dari *shopee* untuk memberitahukan layak tidaknya menjadi anggota *shopee affiliate program*.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, ganja dan narkoba.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih salah satu produk yang akan dipromosikan, nanti akan dapat *link* yang akan dipromosikan, setelah itu akan mendapatkan komisinya jika produknya ada yang membeli. Saya mempromosikan melalui media sosial Instagram.

4. Didaerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Cilacap

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Biasanya outfit yang biasa saya mempromosikan produk jual saya sendiri seperti al-Quran holder, mahar resain art, bookmark, plakat.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi setelah produk ada yang membeli.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* untuk pencairannya bisa lewat transfer bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Dapat pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Umi (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftarnya diakun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Saya menggunakan media sosial Instagram.

4. Didaerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Cilacap.

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Saya mempromosikan yang biasa saya pakai seperti mukenah, sarung dan gamis.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi itu setelah barang ada yang beli.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay*.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Tidak ada kesulitan, selama syarat dan ketentuan dipenuhi lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan saya sebagai ibu rumah tangga yang ingin membantu keuangan suami dan sering dapat gratis ongkir juga.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Cici Rahayuy (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftar di akun *shopee*

Cari fitur *shopee* affiliate program

Mengisi data yang sudah disediakan *shopee*

Konfirmasi Email

Diterima menjadi anggota *shopee*

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 *followers* lebih,

Akun *shopee* aktif

Akun pribadi

Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Saya menggunakan aplikasi Instagram.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Seringnya perabotan rumah tangga.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Amin (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Dipencarian klik aja dan ketik *shopee affiliate program*, Kalo sudah muncul klik gabung sekarang, Lalu nanti mengisi data-data yang harus diisi, Masukin alamat Email yang belum pernah didaftarkan *shopee affiliate program*, lalu nanti tinggal pilih media sosial apa yang akan menjadi aplikasi untuk mempromosikan produknya, tunggu sampai ada pemberitahuan Email diterimanya menjadi anggota *shopee affiliate program*.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, pokoknya barang-barang yang dilarang detailnya saya kurang paham.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Pakai aplikasi facebook.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Saya share produk barang baju dan celana.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Hanin Nuha Hapsari (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftarnya di akun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Saya pakai aplikasi Facebook.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Ngesharenya seperti barang elektronik.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Komisi tetap dari 2,5% hingga 10% untuk produk *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Star+*, dan *Star Seller*, Komisi EXTRA 100% dari penjual, Produk dan *voucher* GRATIS dengan mengikuti campaign *Shopee*.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : As'ad Muhammad (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftarnya diakun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Media sosial Facebook.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Purbalingga

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Saya share biasanya baju.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir dapat komisi besar seperti *shopee Mall, Star*.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Baim (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftarnya di akun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Syaratnya harus punya minimal 2000 follower, akun *shopee* aktif dan akun pribadi. Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Saya pakai Facebook.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee affiliate*?

Saya menjalankan *shopee affiliate* di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Biasanya outfit yang biasa saya pakai seperti baju, tas, sepatu, kerudung, atau jam tangan.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi cair sekitar satu minggu sekali.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksinya.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir kan lumayan.



## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Slamet (*Influencer shopee*)

1. Bagaimana cara mendaftar *shopee affiliate program*?

Daftarnya di akun *shopee*, masuk ke *shopee* affiliate program lalu isi setiap informasi yang tertera setelah itu tunggu ada konfirmasi email dari *shopee* untuk diterima atau tidaknya menjadi anggota *shopee* affiliate program.

2. Apakah syarat dan ketentuan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Akun *shopee* aktif, akun pribadi bukan akun toko, Syaratnya harus punya minimal 2000 follower Ketentuan untuk barang yang dipromosikan tidak boleh mempromosikan obat-obat terlarang, rokok, rokok elektrik, dan ganja.

3. Bagaimana kerja *shopee affiliate program* dan mempromosikan melalui media sosial apa?

Pilih produk yang akan dipromosikan, bagikan *link* produk yang akan dipromosikan, lalu tinggal tunggu ada yang membeli produknya melalui *link* itu baru dapat komisinya. Pakai media sosial facebook.

4. Di daerah mana anda menjalankan *shopee* affiliate?

Saya menjalankan *shopee* affiliate di Purwokerto

5. Produk apa saja yang dipromosikan?

Biasanya saya mempromosikan baju sama sepatu saja.

6. Kapan *Influencer* mendapatkan komisi?

Saya dapat komisi setelah menyelesaikan misinya.

7. Berapa komisi yang didapatkan *Influencer*?

Komisi bisa 1%-10% buat setiap transaksi yang didapat anggota *shopee affiliate program*.

8. Bagaimana cara pencairan komisinya?

Komisi akan masuk saldo *shopeepay* secara otomatis untuk pencairannya bisa lewat bank.

9. Apakah ada kesulitan dalam pencairan komisinya?

Selama ini saya lancar-lancar saja.

10. Apakah keuntungan menjadi anggota *shopee affiliate program*?

Ada pemasukan tambahan dan sering dapat gratis ongkir.







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Amalia Nurohmi
2. NIM : 1617301054
3. Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 30 September 1998
4. Alamat : Wirasana RT 01 RW 01, Kec. Purbalingga,  
Kab. Purbalingga
5. Nama Ayah : Syatibi
6. Nama Ibu : Jahro

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD N 2 SARIREJA
  - b. MTs N 1 TEGAL
  - c. MAN 1 TEGAL
  - d. UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2016
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren Tahfidzul Quran Madrosatul Quran Babakan, Lebaksiu, Tegal
  - b. Pondok Pesantren Al Hidayah Krangsuci Purwanegara, Purwokerto Utara, Banyumas
  - c. Pondok Pesantren Al Ittihad Pasir Kidul, Purwokerto Barat, Banyumas

Dengan daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 19 Mei 2023  
Saya yang menyatakan,



Amalia Nurohmi  
NIM. 161730105