



Legalitas Fitur Affiliate Shopee dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Silviatul Karomah¹, Nurul Huda², Maksum³

^{1,2,3}Universitas Annuqayah

silviecute@gmail.com¹, hudanisme@ua.ac.id², maksummuktie@ua.ac.id³

Diserahkan tanggal 15 April 2023 | Diterima tanggal 21 Mei 2023 | Diterbitkan tanggal 29 Juni 2023

Abstract:

This research examines the Affiliate feature in the Shopee application from the perspective of Islamic law. The rise of e-commerce platforms has triggered new business models including affiliate marketing which allows individuals to earn commissions by promoting products through unique links. This study aims to analyze the mechanism of the Shopee Affiliate program and evaluate its compliance with Islamic legal principles. Using a qualitative approach through literature study and descriptive analysis, this research finds that the Shopee Affiliate program operates under the concept of ujab (wage) in Islamic transactions. The relationship between affiliates and merchants fulfills the requirements of valid transactions in Islamic law, including clear parties to the contract, consent (ijab-qabul), specified compensation, and legitimate benefits. The study concludes that Shopee's Affiliate program is permissible (mubah) according to Islamic law as it adheres to the principles of fair compensation for services rendered, transparent transaction mechanisms, and involves permissible products. The research suggests that affiliates should ensure their promotional content remains ethical and avoids showcasing prohibited products.

Keywords: Islamic Law, E-Commerce, Affiliate Marketing, Ujab.

Abstrak :

Penelitian ini membahas fitur Affiliate pada aplikasi Shopee dalam perspektif hukum Islam. Pesatnya perkembangan platform e-commerce telah memunculkan model bisnis baru termasuk pemasaran afiliasi yang memungkinkan individu mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk melalui tautan unik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme program Shopee Affiliate dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka dan analisis deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa program Shopee Affiliate beroperasi di bawah konsep ujab (upah) dalam transaksi Islam. Hubungan antara afiliasi dan merchant memenuhi persyaratan transaksi yang sah dalam hukum Islam, termasuk kejelasan pihak yang berakad, adanya persetujuan (ijab-qabul), kompensasi yang ditentukan, dan manfaat yang sah. Studi ini menyimpulkan bahwa program Affiliate Shopee diperbolehkan (mubah) menurut hukum Islam karena mematuhi prinsip-prinsip kompensasi yang adil untuk jasa yang diberikan, mekanisme transaksi yang transparan, dan melibatkan produk-produk yang diperbolehkan. Penelitian ini menyarankan agar para afiliasi memastikan konten promosi mereka tetap etis dan menghindari menampilkan produk-produk yang dilarang.

Kata Kunci: Hukum Islam, E-Commerce, Pemasaran Afiliasi, Ujab.

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

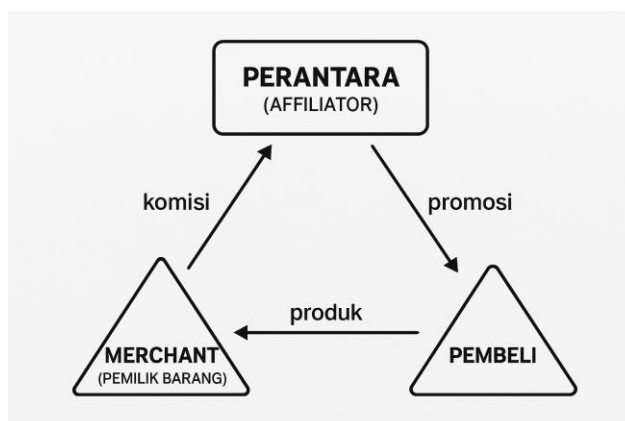


PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola bertransaksi dalam pemenuhan kebutuhan. Manusia sebagai makhluk sosial pada hakikatnya saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan tambahan (Enang, 2019). Kemajuan teknologi yang akseleratif telah memudahkan pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut, khususnya dalam hal perolehan barang melalui aktivitas jual beli.

Islam telah mengatur aktivitas jual beli dalam konsep fikih muamalah, yaitu kaidah yang terkait dengan persoalan hukum Islam yang beragam materinya, yang dihimpun menjadi sebuah kaidah umum sehingga memudahkan para ulama dalam mengatasi permasalahan hukum Islam (Enang, 2019). Hukum asal jual beli (*bai'*) adalah *mubah* (boleh), sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang menegaskan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Departemen Agama, 2005). Konsensus ulama sejak masa Nabi hingga saat ini menegaskan kebolehan (*mubah*) jual beli, mengingat kebutuhan manusia akan barang yang dimiliki oleh orang lain dan jalan untuk memperolehnya adalah melalui transaksi jual beli (Sulistiani, 2022).

Bersamaan dengan perkembangan teknologi, cara manusia berinteraksi dalam aktivitas jual beli juga mengalami evolusi signifikan. Jika dahulu transaksi jual beli dilakukan di pasar fisik, toko, atau swalayan, saat ini tempat-tempat tersebut dapat diakses melalui gawai dalam bentuk toko online (*e-commerce*). Pemasaran digital memerlukan strategi efektif untuk mengoptimalkan penjualan produk. Salah satu strategi yang populer adalah sistem *Affiliate Marketing*, di mana pihak ketiga membantu mempromosikan produk merchant dan mendapatkan komisi atas penjualan yang terjadi (Faulina, 2021).



Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara telah meluncurkan program *Shopee Affiliate* yang mengajak pengguna media sosial untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan mempromosikan produk-produk Shopee melalui akun media sosial mereka (*Apa itu Shopee Affiliate Program?*, t.t.). *Affiliate Marketing* secara harfiah dapat diartikan sebagai aktivitas menjualkan produk milik orang lain dengan mendapatkan komisi atas penjualan tersebut, atau dalam terminologi konvensional dikenal sebagai "makelar" (Wong, 2010). Model bisnis ini melibatkan tiga pihak: perantara (*affiliate*), pemilik barang (*merchant*), dan pembeli dalam transaksi penjualan di dunia maya.

Konsep pemasaran afiliasi ini menarik untuk dikaji dalam perspektif hukum Islam mengingat mekanisme transaksinya yang berbeda dengan jual beli konvensional. Dalam Islam, kedudukan akad dalam transaksi sangat penting dan menempati posisi krusial yang menentukan diperbolehkannya atau tidaknya suatu kegiatan muamalah. Praktik *Affiliate Marketing* merupakan transaksi yang dilakukan melalui perantara alat telekomunikasi, yang dalam ketentuan fikih

tradisional tidak dijelaskan secara eksplisit sehingga perlu dicari persamaan atau qiyasnya dengan konsep yang telah ada.

Penelitian sebelumnya oleh (Yulianto, 2022) dalam artikel “Perbandingan Sistem Afiliasi dalam Marketplace: Perspektif Fikih Muamalah”, membandingkan antara beberapa platform (Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia) dan melihat aspek kepatuhan syariah dari sistem mereka. Ia mengungkap bahwa Shopee memiliki mekanisme yang lebih sistematis, namun masih memerlukan fatwa khusus mengenai status keabsahan komisinya menurut fikih. Sedangkan penelitian oleh (Hidayat, 2021) dalam “Pengaruh Affiliate Marketing terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Era Digital”, tidak secara langsung menyoroti hukum afiliasi, tetapi menekankan perlunya literasi syariah dalam aktivitas pemasaran digital. Ia menegaskan pentingnya edukasi agar masyarakat tidak terjebak dalam praktik yang mengandung unsur haram. Penelitian-penelitian ini telah memberikan landasan awal mengenai aspek syariah dari model bisnis afiliasi. Namun, kajian yang secara spesifik dan komprehensif membedah Shopee Affiliate Program dengan pendekatan fikih kontemporer, serta menganalisis akad-akad yang potensial digunakan dalam struktur transaksionalnya, masih jarang ditemukan. Di sinilah posisi kontribusi dan keunikan artikel ini akan hadir.

Meskipun model bisnis *Affiliate Marketing* telah banyak dibahas dalam konteks ekonomi digital dan pemasaran daring, kajian mendalam mengenai keabsahannya dalam perspektif hukum Islam, khususnya pada praktik *Shopee Affiliate Program*, masih sangat terbatas. Mayoritas studi terdahulu cenderung fokus pada aspek teknis, strategi pemasaran, atau dampak ekonominya tanpa mengelaborasi secara rinci pada aspek akad, kejelasan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat, serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip dasar muamalah dalam Islam seperti kejelasan (*bayyinah*), kerelaan (*antaradhin*), dan bebas dari unsur gharar serta riba.

Novelty dari kajian ini terletak pada pendekatan fikih kontemporer terhadap transaksi digital berbasis afiliasi, dengan menganalisis secara spesifik mekanisme kerja Shopee Affiliate sebagai studi kasus. Artikel ini tidak hanya menelaah struktur relasi antara *affiliator*, *merchant*, dan *konsumen*, tetapi juga menempatkan transaksi afiliasi ini dalam kerangka akad syariah yang relevan, seperti akad *wakalah*, *ju'alah*, atau *samsarah*, sehingga memberikan kontribusi ilmiah dalam merumuskan panduan syariah bagi aktivitas ekonomi digital yang terus berkembang di kalangan umat Islam.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap fitur Affiliate pada aplikasi Shopee, dengan melihat mekanisme kerjanya dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Kajian ini penting mengingat besarnya potensi ekonomi dari model bisnis afiliasi dan perlunya panduan syariah bagi masyarakat muslim yang ingin terlibat dalam aktivitas ekonomi digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian pustaka (*library research*). Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam melalui pengumpulan data yang komprehensif (Cresswell, 2015). Sehubungan dengan penelitian yang berkaitan dengan internet marketing, penelitian ini difokuskan pada bisnis online di era digital 4.0 yang berbasis teknologi dan internet.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari dokumentasi kebijakan dan informasi resmi dari pihak Shopee mengenai program Affiliate, serta dari pelaku Affiliate selaku promotor yang menawarkan produk kepada pembeli. Sementara data sekunder diperoleh dari literatur kepustakaan yang berkorelasi dengan objek penelitian, meliputi Al-Qur'an, Hadits, kitab-kitab klasik, dan berbagai buku yang relevan dengan tema penelitian.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, di mana peneliti mengumpulkan berbagai sumber berupa teks-teks Al-Qur'an, hadits, kitab klasik, dan referensi

tentang ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan akad, perjanjian, e-commerce, dan konsep perantara (makelar) dalam Islam (Siregar & Khoerudin, 2021). Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui dokumentasi, yaitu pengumpulan data dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya lain yang terkait dengan objek penelitian untuk melengkapi data yang diperoleh dari sumber primer.

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan tiga metode yang saling melengkapi. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi yang ada dalam objek penelitian secara komprehensif. Metode deduktif diterapkan dengan memanfaatkan teori-teori umum, dalil-dalil, dan pendapat-pendapat sebagai landasan analisis data yang terkumpul untuk menarik kesimpulan yang bersifat khusus. Sementara metode verifikatif dilaksanakan melalui pemeriksaan kembali terhadap data melalui studi pustaka untuk membuktikan kebenarannya dan memastikan validitas temuan penelitian (Ghazaly, 2016).

PEMBAHASAN

Konsep Affiliate Marketing dalam E-Commerce

Affiliate Marketing adalah metode pemasaran di mana seseorang yang berperan sebagai affiliator akan mendapatkan komisi setelah berhasil mempromosikan produk si pedagang (merchant) (Hermawan, 2012). Sistem ini melibatkan tiga pihak utama: merchant (pemilik produk), affiliator (promotor yang memiliki pengaruh untuk mengajak orang membeli produk), dan pelanggan (pembeli produk) (Shera, 2009).

Dalam konteks e-commerce, Affiliate Marketing menjadi strategi populer karena memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Merchant dapat memperluas jangkauan pemasaran tanpa biaya tetap, affiliator mendapatkan penghasilan tambahan tanpa harus memiliki produk sendiri, dan pelanggan memperoleh informasi tentang produk yang mungkin sesuai dengan kebutuhannya (Schaefer & Mohammed, 2004).

Ada beberapa jenis Affiliate Marketing yang dikenal, pertama yaitu Pay Per Sale (PPS) dimana Affiliator mendapatkan komisi ketika berhasil menciptakan penjualan. Kedua adalah Pay Per Click (PPC) yaitu Affiliator dibayar setiap kali ada pengunjung yang mengklik banner yang ditampilkan pada situsnya. Adapun yang ketiga adalah Cost Per Action (CPA) yaitu Affiliator mendapatkan bayaran ketika pengunjung melakukan aksi tertentu seperti mengisi formulir atau mendaftar (Rahman, 2015).

Keuntungan sebagai Affiliate Marketer antara lain: tidak memerlukan biaya produksi, tidak ada biaya lisensi, dapat menjual berbagai produk, tidak membutuhkan pengalaman sales, tidak memerlukan karyawan, tidak menanggung biaya pemrosesan order, tidak perlu stok barang, tidak melakukan pengiriman, tidak memerlukan customer service, dan dapat bekerja dari mana saja (Chow, 2010).

Profil dan Mekanisme Kerja Program Affiliate Shopee

Shopee adalah platform e-commerce yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group, didirikan pada 2009 oleh Forrest Li dan dipimpin oleh Chris Feng (Rahman, 2015). Platform ini menyediakan berbagai produk mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari, dengan fitur-fitur seperti gratis ongkir, layanan chat langsung antara pembeli dan penjual, serta fitur tawar-menawar (Muhammad, 2004).

Shopee Affiliate Program adalah program yang mengajak pengguna media sosial untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan mempromosikan produk Shopee melalui akun media sosial mereka (*Apa itu Shopee Affiliate Program?*, t.t.). Program ini memberikan kebebasan kepada affiliator untuk berkreasi dalam membuat konten, selama produk yang dipromosikan memenuhi syarat dan ketentuan Shopee.

Keuntungan yang ditawarkan oleh Shopee Affiliate Program meliputi komisi tetap hingga 5% untuk produk Shopee Mall, Shopee Supermarket, star+, dan star; komisi XTRA

tambahan tanpa batas maksimum per transaksi; produk gratis dengan mengikuti campaign Shopee; serta bonus komisi 15% dari Shopee Affiliate Millionaire Leaders (*Apa itu Shopee Affiliate Program?*, t.t.).

Untuk bergabung dengan program ini, persyaratan yang harus dipenuhi antara lain minimal memiliki 1 subscriber/followers/teman di platform media sosial; akun media sosial aktif, memiliki konten orisinal, dan terbuka untuk umum; akun media sosial merupakan akun pribadi, bukan akun toko atau penjual; serta akun media sosial tidak mengandung unsur SARA, pornografi, atau konten yang bertentangan dengan peraturan perundangan (*Apa itu Shopee Affiliate Program?*, t.t.).

Adapun mekanisme kerja Shopee Affiliate secara sederhana dimulai dari affiliator mendaftar pada program Affiliate Shopee. Kemudian affiliator memilih produk untuk dipromosikan dan mendapatkan link unik. Selanjutnya, affiliator mempromosikan link tersebut melalui media sosial dengan berbagai bentuk konten. Ketika calon pembeli mengklik link dan melakukan pembelian, affiliator mendapatkan komisi dari Shopee. Komisi dibayarkan paling cepat setiap dua minggu sekali (Community, 2013)

Shopee memiliki kategorisasi untuk para affiliator berdasarkan jumlah pengikut dan performa, yaitu Shopee Affiliates yang memiliki subscriber/followers/teman di bawah 2.000 orang; Shopee Influencer yang memiliki subscriber/followers/teman lebih dari 2.000 orang; dan Shopee Partner yang memiliki minimal 2.000 pengikut dan mencapai 50 pesanan minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir (*Apa itu Shopee Affiliate Program?*, t.t.)

Dalam program Affiliate Shopee, affiliator menyediakan jasa promosi dan mendapatkan imbalan berupa komisi jika berhasil membawa pembeli. Wahbah Zuhaili mendefinisikan ujah sebagai transaksi terhadap manfaat yang dikehendaki secara jelas dari harta yang bersifat mubah dan dapat dipertukarkan dengan imbalan tertentu. Rukun ujah menurut jumhur ulama meliputi adanya dua orang yang berakad (merchant dan affiliator), adanya sighthat ijab dan qabul (kesepakatan antara merchant dan affiliator), adanya sewa atau imbalan (komisi), dan adanya manfaat (jasa promosi) (Zuhayli, 1989).

Dalam program Affiliate Shopee, keempat rukun ini terpenuhi: terdapat pihak merchant (Shopee) dan affiliator yang berakad; ada kesepakatan berupa persetujuan terhadap syarat dan ketentuan program; ada imbalan berupa komisi yang diberikan kepada affiliator; dan ada manfaat berupa jasa promosi yang dilakukan affiliator. Syarat-syarat ujah juga terpenuhi dalam program ini, antara lain pihak yang berakad (merchant dan affiliator) adalah baligh dan berakal; kedua belah pihak melakukan akad secara sukarela tanpa paksaan; manfaat yang menjadi objek akad (promosi produk) diketahui dengan jelas; dan ujah (komisi) yang diberikan jelas jumlahnya sesuai dengan ketentuan yang disepakati (Rasjid, 2012).

Konsep Samsarah (Perantara/Makelar)

Affiliate Marketing juga dapat dilihat dari perspektif samsarah, yaitu perantara perdagangan yang menjembatani penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli (Siregar & Khoerudin, 2021). Dalam hadits riwayat Bukhari, Rasulullah SAW membolehkan aktivitas samsarah, sebagaimana diriwayatkan dari Qais bin Abi Gharzah bahwa mereka disebut samasir (makelar) pada masa Rasulullah, lalu beliau melewati mereka dan menyebut dengan nama yang lebih baik, yaitu "pedagang" (Al-Asqalani, 2015).

Affiliator dalam sistem Shopee Affiliate berperan sebagai perantara yang menghubungkan merchant dengan pembeli potensial. Peran ini dibolehkan dalam Islam selama dilakukan dengan jujur, transparan, dan tidak merugikan pihak lain.

Konsep Jual Beli Online (Bai' As-Salam)

Transaksi e-commerce, termasuk yang melibatkan affiliate marketing, dapat diqiyaskan dengan konsep bai' as-salam dalam fikih muamalah. Bai' as-salam adalah jual beli barang dengan

kriteria tertentu yang penyerahannya ditangguhkan, sementara pembayaran dilakukan di muka (Mardani, 2015).

Mayoritas ulama membolehkan jual beli online selama memenuhi beberapa syarat penting. Pertama, harus ada kejelasan mengenai barang yang diperjualbelikan, seperti deskripsi, spesifikasi, dan gambar produk. Kedua, harga dan cara pembayaran juga harus dijelaskan secara transparan. Ketiga, transaksi tersebut tidak boleh mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan yang berlebihan. Terakhir, barang yang diperjualbelikan harus merupakan barang yang halal (Enang, 2019). Dalam konteks Shopee Affiliate, transaksi antara pembeli dan merchant memenuhi kriteria ini, sementara hubungan antara merchant dan affiliator diatur dalam akad ujah seperti dijelaskan sebelumnya.

Analisis Hukum Islam terhadap Mekanisme Affiliate Shopee

Berdasarkan analisis terhadap mekanisme kerja Affiliate Shopee dan konsep-konsep fikih muamalah yang relevan, dapat diambil beberapa kesimpulan terkait keabsahan akad. Program Affiliate Shopee memenuhi persyaratan transaksi akad dalam Islam, di mana mekanisme dijalankan secara jelas, baik dari pihak-pihak yang bertransaksi maupun dari segi objek akad. Terdapat proses pendaftaran dan persetujuan terhadap ketentuan yang disepakati oleh kedua belah pihak, serta tidak mengandung unsur-unsur yang melemahkan akad seperti paksaan, penipuan, atau praktik tidak bertanggung jawab lainnya (Saifudin, 2019).

Mengenai kesesuaian dengan konsep ujah, Program Affiliate Shopee menerapkan sistem Pay Per Sale, di mana affiliator mendapatkan komisi hanya jika terjadi penjualan. Sistem ini sesuai dengan konsep ujah dalam Islam, karena terjadi pengambilan manfaat dari aktivitas jasa yang digantikan dengan upah. Affiliator memberikan jasa pemasaran produk Shopee dengan menyebarkan link, dan jika penjualan berhasil, merchant membayar komisi sesuai kesepakatan. Upah diberikan sebagai penggantian dari manfaat yang telah diberikan affiliator, sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam (Antonio, 2001).

Terkait objek transaksi, Shopee secara eksplisit melarang promosi produk-produk haram seperti rokok, rokok elektrik, ganja, obat terlarang, produk dewasa, dan produk palsu. Hal ini sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam yang mensyaratkan objek transaksi harus berupa barang halal (Huda & Heykal, 2010). Program Affiliate Shopee juga menerapkan prinsip transparansi dan keadilan, di mana besaran komisi ditetapkan dengan jelas (hingga 5% untuk produk tertentu), terdapat aturan dan ketentuan yang jelas mengenai produk yang boleh dipromosikan, dan mekanisme pembayaran komisi dilakukan secara reguler dengan ketentuan yang jelas (Al-Jaziri, 2008).

Aktivitas Affiliate Marketing juga dapat ditinjau dari prinsip ta'awun (tolong-menolong) dalam kebaikan, di mana merchant terbantu dalam memasarkan produknya, affiliator mendapatkan penghasilan tambahan, dan pembeli mendapatkan informasi tentang produk yang mungkin sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 2 yang menganjurkan untuk tolong-menolong dalam kebaikan dan takwa (Departemen Agama, 2005). Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa program Affiliate Shopee pada dasarnya diperbolehkan (mubah) menurut hukum Islam, dengan catatan bahwa semua pihak harus mematuhi ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam bertransaksi.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa fitur Affiliate pada aplikasi Shopee, dalam tinjauan hukum Islam, termasuk dalam kategori akad ujah (pengupahan atau imbalan) yang diperbolehkan (mubah). Kesimpulan ini ditopang oleh beberapa argumen, antara lain terpenuhinya rukun dan syarat akad ujah yakni adanya dua pihak yang berakad (merchant dan affiliator), ijab-qabul, imbalan dalam bentuk komisi, serta manfaat berupa

jasa promosi. Mekanisme Pay Per Sale yang diterapkan oleh Shopee juga mencerminkan prinsip keadilan, karena imbalan hanya diberikan setelah jasa benar-benar dilakukan. Selain itu, program ini memiliki kemiripan dengan sistem samsarah (perantara/ makelar) yang diperbolehkan selama dijalankan secara jujur dan transparan. Adanya batasan terhadap produk-produk yang boleh dipromosikan juga menjadi indikator komitmen terhadap prinsip halal dalam transaksi.

Namun demikian, para affliator perlu tetap waspada dan berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Mereka harus memastikan bahwa konten promosi yang dibuat tidak mengandung unsur penipuan, manipulasi, ataupun gharar yang berlebihan, serta tidak mempromosikan produk yang diharamkan meskipun tidak secara eksplisit dilarang oleh platform. Di samping itu, kejujuran dan amanah harus selalu dijunjung tinggi dalam penyampaian informasi, tanpa melebihi-lebihkan manfaat produk. Penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai hukum Affiliate Marketing dalam perspektif Islam, khususnya pada konteks penggunaan aplikasi Shopee. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat Muslim yang ingin berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi digital dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asqalani, A.-H. I. H. (2015). *Bulughul Maram*. Pustaka Al-Kautsar.
https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=zZtaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=Bulughul+Maram&ots=7X6a-TBxbr&sig=99GU8Z9Dy02gE8vI_v5Ovw5yafc
- Al-Jaziri, A.-R. (2008). *Kitab Al fiqh ala Al-madzahib Al Arba'ah*. Menara Kudus.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=r3yFiZMvgdAC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Antonio,+Muhammad+Syafi%27i.+%282001%29.+Bank+Syari%27ah+Dari+Teori+Ke+Praktik.+Jakarta:+Gema+Insani+Press.&ots=Iu-jsJSRp5&sig=1wV5NuE8sICtioiwZ1GZoQW41A0>
- Apa itu Shopee Affiliate Program?* (t.t.). Diambil 18 April 2025, dari
[https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72053-\[Shopee-Affiliate-Program\]-Apa-itu-Shopee-Affiliate-Program](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72053-[Shopee-Affiliate-Program]-Apa-itu-Shopee-Affiliate-Program)
- Chow, S. (2010). Kaya dari affiliate marketing dan forex. *Jakarta: Kompas Gramedia*.
- Community, A. Z. S. (2013). *7 CMS Pilihan untuk Internet Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Cresswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih diantara lima pendekatan. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Departemen Agama, R. I. (2005). Al-Qur'an dan Terjemahnya. *Bandung: Diponegoro, 336*.
- Enang, H. (2019). *Kaidah Fikih Muamalah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faulina, A. (2021). Fenomena Online Shopping Sebagai Gaya Hidup Dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Masa Pandemi Covid 19. *TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 12*(1), 46–59.
- Ghazaly, H. A. R. (2016). *Fiqh muamalat*. Prenada Media.
https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ssNoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Fiqh+Muamalat+%3B+Pengarang,+Prof.+Dr.+H.+Abd.+Rahman+Ghazaly,+M.A+%3B+Penerbit,+Prenada+Media,&ots=PkPPzrM2qW&sig=_v6awccQCmUSTjsS6NXd7_NN0qM
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. LAMPIRAN.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga keuangan islam*. Kencana.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=mo9ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Huda,+Nurul.+%282010%29.+Lembaga+Keuangan+Islam.+Jakarta:+Kencana+Prenada+Media+Group.&ots=yjJVSXEuHr&sig=fyhMS9sYDSbHtM6heg99srblV0o>
- Mardani, D. (2015). *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenada Media.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ncDvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1>

- &dq=Mardani,+Fiqh+Ekonomi+Syariah,+Fiqh+Muamalah+&ots=m7ASvEuiWe&sig=ZAbImzwKJkH_1ZWJrAoea6sdVOY
- Muhammad, A. (2004). *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPEF Yogyakarta.
- Rahman, S. (2015). *Kitab Sakti SEO*. Elex Media Komputindo. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=TE9JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rahman,+Su.+\(2012\).+Internet+Marketing:+Cara+Cerdas+Gak+Pake+Pusing.+Jakarta:+Elex+Media+Komputindo.&ots=S-WnQgoQYu&sig=wXrYzTj61XwLLoFW69eZ8BjiG4Q](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=TE9JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rahman,+Su.+(2012).+Internet+Marketing:+Cara+Cerdas+Gak+Pake+Pusing.+Jakarta:+Elex+Media+Komputindo.&ots=S-WnQgoQYu&sig=wXrYzTj61XwLLoFW69eZ8BjiG4Q)
- Rasjid, S. (2012). *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Islam)*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Saifudin, B. (2019). Perlindungan Hukum Kepada Konsumen dalam Perdagangan Transaksi Elektronik Berbasis Online. *DOKTRINA: JOURNAL OF LAW*, 2(2), 135–150. <https://doi.org/10.31289/doktrina.v2i2.2616>
- Schaefer, R. T., & Mohammed, R. (2004). *Internet Marketing: Building advantage in the networked economy*. Irwin/McGraw-Hill.
- Shera, A. (2009). *Step by Step Internet Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Siregar, H. S., & Khoerudin, K. (2021). *Fikih muamalah* (P. Latifah, Ed.). <https://digilib.uinsgd.ac.id/44515/>
- Sulistiani, S. L. (2022). *Hukum Perdata Islam: Penerapan Hukum Keluarga dan Hukum Bisnis Islam di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing For Beginners*. Elex Media Komputindo.
- Zuhayli, W. al-. (1989). *Al-Fiqh al-Islami wa-Adillatuh*. Dar Al-Fikr Al-Mouaser.