

**PERLINDUNGAN HUKUM  
TERHADAP PENGGUNA TIKTOK *AFFILIATE* PROGRAM  
DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN  
HUKUM POSITIF INDONESIA**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN  
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**OLEH:**

**NADIYA QOTHRUNNADA**

**19103080031**

**PEMBIMBING:**

**Dr. WARDATUL FITRI, M.H.**

**19900511 201903 2 016**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## ABSTRAK

Fitur terbaru dalam TikTok *Affiliate* Program yakni fitur mitra agensi (*Multi-Channel Network*) memiliki kelebihan dapat meningkatkan jumlah algoritma penayangan dan promosi penjualan milik *affiliate marketer*. Namun beberapa ditemukan adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pihak agensi. wanprestasi berupa ingkar janji untuk mengembalikan komisi penjualan *affiliate marketer* dari produk selain milik agensi. Dimana komisi tersebut ikut terpotong masuk kedalam sistem komisi agensi. Dalam permasalahan pada praktik tersebut, penyusun mengkaji tentang perlindungan hukum bagi para pihak khususnya bagi pihak *affiliate marketer* dan tinjauan hukum Islam terhadap praktik afiliasi pada TikTok *Affiliate* Program.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Sifat penelitian kualitatif dengan pendekatan Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian normatif empiris. Teknik pencarian data yang penyusun gunakan melalui studi kepustakaan dan wawancara.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik TikTok *Affiliate* Program dalam tinjauan hukum Islam termasuk kedalam Akad *Ju'ālah*. Jika terjadi wanprestasi dapat diselesaikan dengan Badan Arbitrase Syariah Nasional atau melalui Pengadilan Agama, sebagaimana dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Dalam hukum positif Indonesia, perjanjian dalam praktik TikTok *Affiliate* Program menggunakan ketentuan klausul standar yang membuat kedudukan *affiliate marketer* dalam posisi yang lemah apabila terdapat sebuah pelanggaran. Meninjau perlindungan hukum terhadap *affiliate marketer* apabila terdapat pelanggaran kewajiban dari perjanjian yang telah disepakati terdapat dalam isi perjanjian yang telah disepakati. Sebagaimana dalam asas *pacta sunt servanda* dimana sebuah perjanjian yang telah disepakati berkedudukan sebagai undang-undang bagi para pihak didalamnya. Dalam hal ini TikTok menyediakan ruang bagi para pihak yang berselisih melalui badan arbitrase di Negara Singapura melalui SIAC (*Singapore International Arbitration Centre*).

Kata Kunci: Perlindungan hukum, TikTok *Affiliate*, Akad *Ju'ālah*

## **ABSTRACT**

*The latest feature in the TikTok Affiliate Program is the agency partner feature (Multi-Channel Network) which has the advantage of being able to increase the number of viewing algorithms and sales promotions belonging to affiliate marketers. However, it was found that there were defaults committed by the agency. default in the form of broken promises to return affiliate marketer sales commissions from products other than those belonging to the agency. Where the commission is also cut into the agency commission system. In terms of problems with this practice, the author examines legal protection for parties, especially for affiliate marketers and a review of Islamic law regarding affiliate practices in the TikTok Affiliate Program.*

*This study uses a type of library research. The nature of qualitative research with the approach of Islamic Law and Indonesian Positive Law. The research approach uses an empirical normative research approach. The data search technique that the authors use is through literature studies and interviews.*

*The results of this study show that the practice of the TikTok Affiliate Program in a review of Islamic law is included in the akad ju'alah . If a default occurs, it can be resolved with the National Sharia Arbitration Board or through the Religious Courts, as stated in the Fatwa of the National Sharia Council Number 62/DSN-MUI/XII/2007. In Indonesian positive law, agreements in the practice of the TikTok Affiliate Program use standard clause provisions that put the affiliate marketer in a weak position if there is a violation. Reviewing legal protection for affiliate marketers if there is a violation of the obligations of the agreed agreement contained in the contents of the agreed agreement. As in the principle of pacta sunt servanda where an agreement that has been agreed has the status of a law for the parties in it. In this case, TikTok provides space for disputing parties through an arbitration body in the State of Singapore through SIAC (Singapore International Arbitration Centre).*

*Keywords: Legal protection, TikTok Affiliate, Akad Ju'alah*



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/R0

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadiya Qothrunnada  
NIM : 1910308031  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA TIKTOK *AFFILIATE* PROGRAM DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF INDONESIA" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 31 Juli 2023 M

Yang menyatakan,

  
NIM: 19103080031

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Nadiya Qothrunnada

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nadiya Qothrunnada  
NIM : 19103080031  
Judul : "Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Sistem TikTok  
Affiliate Program Berdasarkan Tinjauan Hukum Islam dan  
Hukum Positif Indonesia"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami berharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 31 Juli 2023 M  
13 Muharam 1445 H

Pembimbing,

Dr. Wardatul Fitri, M.H.  
NIP: 19900511 201903 2 016

# HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-989/Un.02/DS/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA TIKTOK *AFFILIATE* PROGRAM DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NADIYA QOTHRUNNADA  
Nomor Induk Mahasiswa : I9103080031  
Telah diujikan pada : Selasa, 08 Agustus 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Wardatul Fitri, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 646faac34ee9a



Penguji I  
Dr. Kholid Zulfa, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 64e32261c0ff4d



Penguji II  
Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.  
SIGNED

Valid ID: 64e5759e24e95



Yogyakarta, 08 Agustus 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 64e81941d876e

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا □ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا □

(Q.S. Al Insyirah:5-6)

وماً ما لن تكون سوى ذكرى في قلوب البعض ، فأحرص على أن تكون ذكرى جميلة

Kelak kamu hanyalah menjadi kenangan di hati orang lain, maka pastikan dirimu menjadi kenangan yang indah.

(Mahmoud Darwish)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan segenap nikmat dalam bentuk kesehatan, kebahagiaan, kesabaran, dan kekuatan yang tiada terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini

untuk:

Kedua orang tua terkasih, Apa Muklis (Alm) dan Mama I'anah yang tidak akan pernah habis masa untuk memberikan do'a, dukungan dan selalu memeluk hangat serta selalu menghargai setiap lika-liku perjalanan putrinya ini. Sebagaimana

Mama, Apa akan melakukan hal yang jika kami masih bersama-sama.

Ketiga kakak dan dua keponakan tersayang (Dimyathi dan Galantrang) yang selama ini menjadi acuan semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Segenap keluarga besar Bani Dzulkhaer dan Bani Saryim.

Segenap Dosen dan keluarga besar Prodi Hukum Ekonomi Syariah.

Segenap Kyai, Ibu Nyai, keluarga, asatiz, serta teman-teman PP Syubbaniyyah Islamiyyah dan PP Al Munawwir Komplek Q.

Seluruh guru yang telah memberikan banyak ilmu sejak penulis memulai pendidikan hingga saat ini. *Laulal murobbī mā 'aroftu robbī.*

Keluarga Rayon Q3 dan Kamar 3D tersayang.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan dari satu Bahasa kedalam penulisan bahasa latin. Pada skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan Bahasa Arab kedalam Bahasa Indonesia. Pedoman transliterasi Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	.....	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā	Š	es titik atas
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H	ha titik di bawah
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es

ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	es titik di bawah
ض	Dād	ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	ṭ	te titik di bawah
ظ	Zā'	ẓ	zet titik di bawah
ع	'Ayn	...'	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

## II. Konsonan Rangkap Tunggal karena tasydīd ditulis Rangkap:

متعاقدين	Dibaca	<i>muta'addidah</i>
عدة	Dibaca	<i>'iddah</i>

### III. Tā' marbūtah di akhir kata.

- a. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Dibaca	<i>ḥikmah</i>
جزية	Dibaca	<i>Jizyah</i>

(ketentuan tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti Zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Dibaca	<i>ni'matullāh</i>
زكاة افطر	Dibaca	<i>zakātul-ḥiṭri</i>

### IV. Vokal Pendek

ـَـ	fathah	Ditulis	A
ـِـ	Kasrah	Ditulis	I
ـُـ	ḍammah	Ditulis	U

### V. Vokal Panjang

fathah + alif	Ditulis	ā (garis di atas)
	Dibaca	<i>jāhiliyya</i>
fathah + alif	Ditulis	ā (garis di atas)
maqṣūr	Dibaca	<i>yas'ā</i>

kasrah + ya mati	Ditulis	ī (garis di atas)
	Dibaca	<i>majīd</i>
dammah + wau mati	Ditulis	ū (dengan garis di atas)
	Dibaca	<i>furūd</i>

## VI. Vokal Rangkap

fathah + yā mati	Ditulis	Ai
fathah + wau mati	Ditulis	U

## VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## VIII. Kata sandang Alif + Lām

a. Bila diikuti huruf *qamariyah* ditulis al-

القران	Ditulis	<b>al-Qur'an</b>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* sama dengan huruf *qamariyah*.

الشمس	Ditulis	<i>al-syams</i>
-------	---------	-----------------

السماء	Ditulis	<i>al-samā'</i>
--------	---------	-----------------

**IX. Huruf besar**

**Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)**

**X. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya**

ذوى الفر و ض	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warohmatullāhi Wabarokatuh.*

*Alhamdulillahirobbil 'ālamīn*, Puji syukur kehadirat Allah Swt. yang telah memberikan seluruh nikmat, rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis mampu dan kuat untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Pengguna Sistem TikTok *Affiliate* Program Dalam Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia”. Selawat serta salam semoga senantiasa tersampaikan kepada Baginda Rasul Muhammad Saw. sebagai tauladan yang telah membawa umatnya *minazulumati ilannūr*. Untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang sudah membantu, membimbing, memberikan arahan, do'a, dan dukungan kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M. A. selaku Rektor Unibersitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S. H., M. Hum. selaku dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Gusnam Haris, S. Ag., M. Ag. dan A Hashfi Luthfi, M. H. yang masing-masing selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Dr. Wardatul Fitri, M. H. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis serta selalu sabar dalam memberikan nasihat dan saran dengan penuh perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ratnasari Fajariya Abidin, S. H., M. H. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberi arahan sejak awal perkuliahan sampai semester akhir.
6. Seluruh dosen, staf pengajar, dan jajaran Kepala Bagian Umum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis, Apa Muklis (Alm) dan Mama P'annah, Mih Muhsinah, Ma Casiti, Ketiga Kakak penulis, Indah Fikriyyati, Fakhri Munabbi, Ade Fathurrahman, kedua penyemangat penulis Dimyathi Cakrabuana dan Galantrang Rakha, serta keluarga besar Bani Dzulkhaer dan Bani Saryim yang telah memberikan cinta, doa'a, dukungan lahir maupun batin yang tidak pernah habis dicurahkan dan dilantarkan untuk penulis.
8. Ibu Nyai Hj. Khusnul Khotimah Warson dan segenap pengasuh Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Q yang selalu dapat memupuk subur kekuatan jiwa para santrinya dengan tidak pernah berhenti memberikan do'a, nasihat, dan ilmunya.
9. Sahabat penulis Ulya Nur Farah Atika yang selalu lapang mendengar setiap keluhan, memberikan masukan, dukungan, dan semangat untuk tidak menyerah dengan naik turunnya keadaan.
10. Teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Q tercinta. Terhusus Rayon Q3 dan anggota Kamar 3D tercinta yang selalu dapat menjadi rumah bagi penulis dan tidak pernah luntur memberikan warna kehidupan disetiap fase abu-abu penulis.

11. Teman-teman Prodi Hukum Ekonomi Syariah 2019 yang telah bersama-sama melewati masa awal perkuliahan sampai masa akhir ini. Terkhusus Filla Raudhatul Jannah yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
12. Rekan penulis, Ibrahim. Serta anggota KKN 108 Kelompok 70 Dukuh Baros Lor Ibnu, Soya, Hamada, Rinda, Azka, Susi, Ismi, dan Nisa yang telah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman indah selama KKN.
13. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah Swt. membalas setiap cinta, dukungan dan do'a dengan hal yang jauh lebih besar.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurna penulisan di masa kemudian. Penulis berharap skripsi ini menebar kebermanfaatan kepada setiap pembacanya,

*Wassalamu 'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh.*

Yogyakarta, 31 Juli 2023

Penulis



Nadiya Qothrunnada



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Telaah Pustaka .....	9
E. Kerangka Teoretik .....	15
F. Metode Penelitian .....	17
G. Sistematika Pembahasan.....	20

## **BAB II TINJAUAN HUKUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM DAN AKAD JU'ALAH**

A. Tinjauan Tentang Akad.....	22
B. Tinjauan Tentang Perlindungan Hukum.....	33

## **BAB III SISTEM TIKTOK AFFILIATE PROGRAM PADA APLIKASI TIKTOK**

A. Profil TikTok Affiliate Program Pada Aplikasi TikTok.....	38
B. Unsur-Unsur Dalam TikTok Affiliate .....	40
C. Syarat dan Ketentuan Bergabung TikTok Affiliate Program .....	42
D. Mekanisme Pendaftaran TikTok <i>Affiliate</i> Program .....	43
E. Mekanisme Kerja dalam TikTok <i>Affiliate</i> Program.....	46
F. Sistem Pengajuan Sampel.....	49
G. Jenis Pelanggaran Konten dan Penalti .....	51
H. Kerjasama Antara Afiliator Dengan Pihak/Agensi.....	54
I. Sistem Komisi Dalam TikTok Affiliate Program.....	58

## **BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF INDONESIA TERHADAP TIKTOK *AFFILIATE* PROGRAM**

A. Analisis Hukum Islam Terhadap Akad dan Mekanisme Penggunaan TikTok <i>Affiliate</i> Program.....	62
B. Analisis Perlindungan Hukum Pengguna Sistem TikTok <i>Affiliate</i> Program Berdasarkan Hukum Positif Indonesia.....	73

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 79

B. Saran ..... 80

**DAFTAR PUSTAKA ..... 81**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Skema Para Pihak TikTok Affiliate Program .....	40
Gambar 3. 2 Langkah-Langkah Pendaftaran TikTok Affiliate Program .....	44
Gambar 3. 3 Pendaftaran.....	45
Gambar 3. 4 Langkah-Langkah Pengajuan Sampel Gratis .....	50
Gambar 3. 5 Catatan Pelanggaran.....	53
Gambar 3. 6 Pendaftaran Agensi .....	56
Gambar 3. 7 Isi Perjanjian Bergabung Agensi.....	56
Gambar 3. 8 Halaman Komisi.....	60
Gambar 3. 9 Halaman Komisi Setelah Bergabung Agensi .....	61

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Internet di Indonesia kini berkembang begitu pesat. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022.<sup>1</sup> Perkembangan ini ialah yang menjadi salah satu faktor berpengaruh dalam menunjang perkembangan teknologi. Seiring perkembangannya, teknologi juga berpengaruh besar dalam menunjang berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya dalam perkembangan ekonomi.

Berdasarkan laporan Bank Dunia berjudul *Harnessing Digital Technologies for Inclusion in Indonesia 2021*, komunikasi menjadi aktivitas yang paling sering dilakukan masyarakat Indonesia ketika menghabiskan waktu di internet. Persentase aktivitas yang mencakup berkirim pesan dan surat elektronik (surel) tersebut mencapai 36%. Aktivitas lain yang sering dilakukan adalah membuka media sosial dan bersantai untuk menyaksikan konten audio, video, atau bermain gim. Persentase kedua aktivitas tersebut masing-masing sebesar 21%. Sebanyak 11% masyarakat Indonesia menghabiskan waktunya untuk menjelajah (*browsing*) internet. Ada 3% masyarakat Indonesia yang menggunakan internet untuk transaksi jual-beli.

---

<sup>1</sup> Dimas Bayu, "APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022" <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>, akses pada 21 Januari 2023.

Sedangkan, 7% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk kegiatan lainnya.<sup>2</sup> Meskipun presentase penggunaan internet untuk kegiatan jual beli hanya 3%, hal ini cukup memberikan dampak baik tidak terhadap perekonomian Indonesia.

Pemanfaatan adanya perkembangan teknologi merupakan salah satu sarana penunjang perekonomian di Indonesia yakni dengan membuka peluang bisnis yang dapat menghasilkan. Perkembangan tersebut selanjutnya melahirkan berbagai *platform digital* yang dapat mewadahi masyarakat Indonesia untuk berkreasi dalam membuka peluang bisnis. Tidak hanya itu, peluang usaha tersebut kini dengan mudah dijalankan bahkan tanpa membutuhkan modal sebelumnya.

Proses berbisnis yang diwadahi *platform digital* inilah disebut dengan istilah *E-commerce*. *Electronic Commerce* atau yang disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.<sup>3</sup> *E-Commerce* atau aktivitas jual

---

<sup>2</sup> Monavia Ayu Rizaty, "Masyarakat RI Paling Banyak Gunakan Internet untuk Berkomunikasi," <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/29/masyarakat-ri-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-berkomunikasi>, akses pada 27 Januari 2023.

<sup>3</sup> Abdul Halim Barkatullah, Hukum Transaksi Elektronik, (Bandung: Nusa Media, 2017), hlm. 22.

beli secara elektronik ini mampu menggeser kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung (*offline*) menjadi tidak langsung melalui media elektronik (*online*). Sehingga dalam praktiknya, jual beli *online* ini begitu memudahkan masyarakat dalam kegiatan berbelanja.

Kemudahan tersebut kemudian secara perlahan melahirkan adanya pasar elektronik atau pasar virtual yang dikenal sebagai *marketplace*. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap-lengkap nya tentang produk yang mereka jual di *marketplace* seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain-lainnya.<sup>4</sup> Umumnya, penjualan berbasis internet pada pasar virtual ini hanya berorientasi pada transaksi antara penjual dan pembeli. Artinya bahwa penjual yang mempromosikan sendiri barangnya, demikian juga dengan barang yang akan dijual sebelumnya telah disiapkan oleh penjual. Seiring perkembangannya, orientasi transaksi jual beli kini merambah dalam hal sistemnya. Salah satu *platform* yang sedang tren adalah aplikasi TikTok.

Berdasarkan laporan We Are Social, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34%

---

<sup>4</sup> Rini Yustiani dkk., "Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Era Teknologi Informasi." *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, Vol. 6:2 (Oktober 2017), hlm. 43.

dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna.<sup>5</sup> Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan.<sup>6</sup>

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok ini. Dilansir dari laman *website* Adjar.id, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok, diantaranya adalah karena mudahnya penggunaan aplikasi yang berisi video dengan durasi pendek untuk ditonton secara mudah dan dapat diakses kapan saja. Dalam aplikasi TikTok ini banyak memuat konten yang kreatif. Selain itu mudahnya membagikan video TikTok kepada media sosial lain, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lainnya. Hal ini yang menjadi salah satu faktor pendukung aplikasi TikTok meningkat lebih cepat dibandingkan aplikasi lainnya. Selain itu, aplikasi ini sedang tren di kalangan masyarakat Indonesia, sehingga banyak masyarakat yang tidak ingin merasa tertinggal dalam menggunakan aplikasi TikTok ini.

Secara garis besar, aplikasi TikTok merupakan aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal yang

---

<sup>5</sup> Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia," <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>, akses pada 6 Februari 2023.

<sup>6</sup> *Ibid.*



dimainkan hanya dengan *men-scroll* layar atas sampai ke bawah.<sup>7</sup> Namun seiring perkembangannya, aplikasi TikTok merambah menjadi aplikasi yang dapat menghasilkan uang. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan uang dari aplikasi TikTok ini diantaranya adalah dengan bergabung kedalam TikTok *Affiliate*.

TikTok *Affiliate* adalah program yang dibuat oleh TikTok sebagai strategi yang dapat menghubungkan kreator dan penjual (*seller*). Program (*affiliate*) memungkinkan seseorang untuk memberikan sebuah *link* dari konten video di TikTok untuk membeli produk atau barang yang dijual oleh (*seller*).<sup>8</sup> TikTok *Affiliate* kini telah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai sarana penghasil uang.

Sistem afiliasi aplikasi TikTok pada dasarnya memiliki empat unsur yakni, Aplikasi TikTok sebagai penyedia layanan, afiliator, *merchant* (penyedia barang), dan barang yang menjadi objek jual beli. Afiliator adalah istilah dalam menyebut penjual dalam sistem afiliasi. Sehingga dalam sistem afiliasi ini, afiliator tidak memerlukan modal sama sekali dalam mempromosikan barangnya. Barang yang dipromosikan adalah stok barang dari *merchant* (penyedia barang), untuk kemudian barang tersebut dikirimkan oleh pihak *merchant* kepada pembeli.

---

<sup>7</sup> Nurrezki Andriani Saputri, "Perlindungan Hukum Kreator Konten TikTok Yang Diunggah Ulang Oleh Akun Lain Dalam Aplikasi Berbeda Untuk Tujuan Komersil", *Skripsi* Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar (2022), hlm. 44.

<sup>8</sup> Desy Yuliasuti, "Cara Daftar TikTok Affiliate Terbaru Untuk Dapat Komisi," <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>, akses pada 26 Januari 2023.

Pada awalnya orientasi jual beli *online* ini adalah sebuah kegiatan transaksi antara penjual yang mempromosikan langsung barang yang akan dijual kepada pembeli. Berbeda dalam sistem program afiliasi TikTok ini, dimana penjual (afilior) tidak menyediakan stok barang, karena sebagai afilior hanya mencantumkan sebuah tautan *link* (keranjang kuning) berisikan foto produk beserta deskripsi dalam video yang dibuat. Sehingga setiap orang yang membeli produk orang lain melalui tautan atau link yang diberikan akan mendapatkan komisi dari penjualan.<sup>9</sup>

TikTok *Affiliate* Program mampu menghubungkan kreator dan penjual lewat komisi dan kreativitas yang dibuat. Program ini menjadi metode penjualan yang baru sekaligus merupakan peluang monetisasi bagi para kreator. Program afiliasi untuk penjual memungkinkan adanya kolaborasi bersama kreator dalam meningkatkan penjualan dan promosi produk.<sup>10</sup> Hal ini tidak hanya menguntungkan para penjual, tetapi juga dapat memberikan kesempatan bagi kreator (afilior) dalam mendapatkan pemasukan tambahan. Dalam program TikTok *Affiliate* ini pihak afilior akan mendapatkan komisi dari promosi penjualan yang telah dilakukan. Komisi akan dibayarkan secara otomatis dengan persentase tertentu dari penjualan, secara sederhana konten kreator akan membuat dan mengunggah video di TikTok yang berisikan promosi produk, kemudian disertai juga *link* atau tautan khusus terhadap

---

<sup>9</sup> “Pengertian TikTok Affiliate, Cara Kerja dan Strategi Promosi,” <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-tiktok-affiliate-cara-kerja-dan-strategi-promosi/>, akses pada 26 Januari 2023.

<sup>10</sup> *Ibid.*

produk tersebut. Hal ini bisa dilihat dengan tanda berupa keranjang berwarna kuning pada video yang diunggah di TikTok.<sup>11</sup>

Kemudian seiring perkembangannya, fitur dalam TikTok semakin bertambah. Salah satunya adalah fitur MCN (*Multi-Channel Network*). MCN sendiri adalah sebuah Upaya pengembangan yang dilakukan TikTok yang bekerjasama dengan pihak agensi atau pihak ketiga yang diperuntukkan bagi para afiliator. Namun, pada praktiknya tidak sedikit para afiliator yang mengalami permasalahan. Terkait komisi yang masuk kepada pihak agensi itu tidak dikembalikan sebagaimana yang telah dijanjikan. Kemudian dalam permasalahan tersebut, bagaimana aturan hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia yang berlaku untuk melindungi hak dari para afiliator tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAK DALAM SISTEM TIKTOK *AFFILIATE* PROGRAM BERDASARKAN TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF INDONESIA”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan antara lain:

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

1. Bagaimana akad dalam aplikasi TikTok berdasarkan tinjauan Hukum Islam?
2. Bagaimana perlindungan hukum para pihak dalam tinjauan hukum positif Indonesia terhadap praktik afiliasi pada aplikasi TikTok?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan sistem praktik *affiliate* dalam aplikasi TikTok dalam tinjauan hukum Islam.
- b. Menjelaskan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam praktik *affiliate* dalam aplikasi TikTok.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, manfaat penelitian yang diharapkan penyusun, yaitu sebagai berikut:

##### A. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam pengetahuan tentang Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia terhadap praktik *affiliate* dalam aplikasi TikTok.

##### B. Kegunaan Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan sumber literatur bagi penelitian sejenis mendatang. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi bagi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dalam praktik *affiliate* yang baik dan benar menurut Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia.

#### D. Telaah Pustaka

Adapun penelitian-penelitian yang menjadi inspirasi peneliti dalam merumuskan permasalahan dalam penelitian ini akan peneliti paparkan dalam telaah pustaka. Tujuan dari menelaah pustaka adalah untuk memperdalam masalah yang akan diteliti terkait Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia terhadap praktik *affiliate* dalam aplikasi TikTok.

Untuk menghindari segala bentuk plagiasi dan kemungkinan adanya kesamaan penelitian, maka peneliti akan menyajikan beberapa penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Fathur Rahman yang berjudul “Praktik *Affiliate Marketing* pada *Platform E-Commerce* dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”.<sup>12</sup> Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif yakni penelitian yang ditujukan terhadap peraturan yang tertulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem afiliasi pada aplikasi Shopee adalah sistem komisi yang berbasis *pay per sale* dimana komisi akan

---

<sup>12</sup> Fathur Rahman, “Praktik *Affiliate Marketing* pada *Platform E-Commerce* dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 6:1 (April 2022).

didapatkan pemasar ketika pemasar tersebut berhasil memasarkan produk milik *merchant*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai *affiliate*. Perbedaannya, jika peneliti berfokus kepada sistem *affiliate* dalam aplikasi TikTok dalam tinjauan hukum islam dan hukum positif di Indonesia, sedangkan penelitian ini berfokus kepada *marketing* pada praktik *affiliate* dalam *platform e-commerce* secara keseluruhan ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Novia Dwi Putri, dkk. yang berjudul “Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan Implementasinya pada Monetisasi TikTok”.<sup>13</sup> Metode yang digunakan adalah dengan metode penelitian empiris yang menggambarkan secara langsung sebuah kondisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fatwa DSN-MUI dalam praktik monetisasi pada aplikasi TikTok termasuk kedalam *akad syirkah* sehingga dalam seluruh rangkaiannya harus sesuai dengan aturan hukumnya. Salah satunya dalam kegiatan usaha yang dilakukan tidak dibolehkan usaha monetisasi produk yang diharamkan. Persamaan penelitian ini pada objek penelitiannya yakni aplikasi TikTok. Perbedaannya terletak pada pembahasan penelitian ini berfokus kepada tinjauan fatwa MUI terkait monetisasinya. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus kepada perlindungan

---

<sup>13</sup> Novia Dwi Putri, dkk., “Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan Implementasinya pada Monetisasi TikTok,” *Jurnal Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, Vol. 2:2 (Juli 2022).

hukum hukum positif di Indonesia dan tinjauan praktik sistem *affiliate* dalam hukum islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Adnan Rafiqih yang berjudul “Sistem *Affiliate* Dalam *Markerplace* Shopee Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia”.<sup>14</sup> Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif-yuridis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem dalam praktik *affiliate marketing* pada aplikasi Shopee tidak dilarang dalam Islam. Praktik *affiliate marketing* ini diqiyaskan dengan akad *ji’alah* dan *samsarah*. Artinya bahwa praktik ini tidak menyalahi aturan syariah, sehingga jika ditinjau dari segi hukum islam *affiliate marketing* dalam aplikasi Shopee diperbolehkan. Sama halnya dalam atura Hukum Positif di Indonesia yakni dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Praktik *affiliate* ini diperbolehkan selama tidak melanggar hukum dan afiliator dapat memenuhi hak-hak konsumen serta dapat memenuhi kewajibannya sebagai perantara dari *merchant*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan mengkaji terkait sistem *affiliate* pada sebuah aplikasi. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti susun adalah pada objek penelitiannya, yakni praktik *affiliate* pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang dilakukan oleh Arina Nur Azizah yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang Dalam Shopee *Affiliate*

---

<sup>14</sup> Adnan Rafiqih, “Sistem *Affiliate* Dalam *Markerplace* Shopee Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia,” *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

Program Pada Aplikasi Shopee”.<sup>15</sup> Metode yang digunakan adalah metode penelitian normatif yakni mengacu kepada hukum yang terdapat dalam al-Qura’an, hadis, kitab fikih, dan fatwa ulama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme dalam aplikasi penghasil uang dalam Shopee *Affiliate* Program ini sesuai dengan rukun dan syarat pada akad *jua’alah* dan sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah pada kajian terkait tinjauan hukum islam terhadap praktik *affiliate*. Perbedaannya adalah dalam objek penelitian yakni praktik *affiliate* dalam aplikasi Shopee, sedangkan objek penelitian peneliti ada pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang dilakukan oleh Maulidiyah Fitriatus Sholihah yang berjudul “Implementasi Prinsip-Prinsip Muammalah Dalam Sistem Bisnis *Affiliate Marketing* Dalam Sistem Bisnis *Affiliate Marketing* PT. Taqychan Grup Indonesia”.<sup>16</sup> Metode yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip *muammalah* yang terkandung didalam praktik *affiliate* dalam bisnis *affiliate marketing* PT. Taqychan Grup Indonesia adalah pada akad yang dipakai yakni akad *ju’alah* serta dalam praktiknya dilakukan atas dasar suka rela oleh semua pihak yang terlibat, produk yang yang dijual relah memenuhi syarat izin untuk dijual, serta dalam praktiknya tidak terdapat unsur zalim. Persamaan dengan

---

<sup>15</sup> Arina Nur Azizah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang Dalam Shopee *Affiliate* Program Pada Aplikasi Shopee”, *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.

<sup>16</sup> Maulidiyah Fitriatus Sholihah, “Implementasi Prinsip-Prinsip Muammalah Dalam Sistem Bisnis *Affiliate Marketing* di PT. Taqychan Grup Indonesia”, *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.



penelitian ini adalah sama-sama mengkaji praktik *affiliate*. Perbedaanya terletak pada objek penelitian yakni pada PT. Taqychan Grup Indonesia dan aplikasi TikTok. Kemudian perbedaan dalam pembahasan pada penelitian ini berfokus terhadap implementasi prinsip *muammalah* dalam praktik *affiliate*, sedangkan peneliti berfokus kepada tinjauan hukum islam dan hukum Indonesia yang berlaku.

Penelitian dengan judul “*The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business*” yang dilakukan oleh Melinda Christanti Kwan.<sup>17</sup> Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran afiliasi TikTok secara signifikan meningkatkan jumlah penjualan perusahaan. Persamaan penelitian ini adalah pada objek penelitian yakni sistem pemasaran afiliasi dalam aplikasi TikTok. Perbedaannya terletak pada pembahasan dalam penelitian fokus terhadap strategi pemasaran afiliasi dalam aplikasi TikTok. Sedangkan penelitian penyusun berfokus kepada perlindungan hukum pengguna pemasaran afiliasi pada aplikasi TikTok.

Penelitian yang dilakukan oleh Vivi Sylvia Purborini yang berjudul “*Legal Analysis Of The Parties Partnership Agreement In The TikTok Affiliate Program*”.<sup>18</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan jenis penelitian normatif dengan pendekatan undang-undang (*statute*

---

<sup>17</sup> Melinda Christanti Kwan, “*The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business*,” *Adijaya Jurnal Multidisiplin*, Vol. 1:1 (2023)

<sup>18</sup> Vivi Sylvia Purborini, “*Legal Analysis of The Parties Partnership Agreement In The TikTok Affiliate Program*,” *International Journal of Politics and Sociology Research*, Vol. 10:4 (Juli 2023).

*approach*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dasar hukum yang terdapat dalam TikTok *Affiliate* Program menggunakan perjanjian baku. Ketika terjadi sebuah pelanggaran yakni tidak terpenuhinya syarat-syarat maupun klausa yang terdapat dalam isi perjanjian tersebut akan berakibat batal demi hukum. Persamaan penelitian ini terletak pada objek kajian dan pembahasannya objek kajiannya yakni TikTok *Affiliate* Program ditinjau melalui hukum positif Indonesia. Perbedaannya penelitian ini adalah tidak membahas tinjauan TikTok *Affiliate* Program melalui hukum Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Kotimah yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok *Affiliate*”.<sup>19</sup> Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yuridis normatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran konten pada TikTok *Affiliate* sudah sesuai dengan etika bisnis dalam syariat Islam. Persamaan penelitian ini adalah kesamaan dalam membahas TikTok *Affiliate* Program dalam tinjauan hukum Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya yakni terkait sistem komisi dan perlindungan hukum.

Penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Komisi *Affiliator* Program TikTok *Affiliate* Dalam Aplikasi TikTok” yang dilakukan oleh Salma Rahmani.<sup>20</sup> Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mekanisme afiliasi dan penetapan komisi dalam aplikasi

---

<sup>19</sup> Siti Kotimah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok *Affiliate*,” *Skripsi* Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023.

<sup>20</sup> Salma Rahmani, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Komisi *Affiliator* Program TikTok *Affiliate* Dalam Aplikasi TikTok,” *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati Bandung, 2023.

TikTok ditinjau dalam hukum positif Indonesia termasuk kedalam jenis perjanjian tidak bernama yang tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang tetapi terdapat dalam masyarakat dan telah memenuhi syarat sah perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, hak dan kewajiban yang timbul dari kerja sama afiliasi TikTok dapat dikategorikan sebagai akad *ju'ālah* yaitu perjanjian pemberian imbalan atas pekerjaan yang dilakukan. Persamaan dengan penelitian ini adalah dalam pembahasan mengenai kategori praktik TikTok *Affiliate* Program dalam akad *ju'ālah*. Perbedaannya terletak pada pembahasan penyusun yang berfokus kepada perlindungan hukum pengguna TikTok *Affiliate* Program, sedangkan dalam penelitian ini berfokus kepada sistem komisi dalam TikTok *Affiliate* Program.

## E. Kerangka Teoretik

### 1. Teori Akad *Ju'ālah*

Pembahasan mengenai akad *ju'ālah* berarti membahas terkait akad jual beli yang terkandung didalam praktik jual beli yang dilakukan. *Ju'ālah*, *ju'l* atau *ju'liyah* secara bahasa dapat diartikan sebagai sesuatu yang disiapkan untuk diberikan kepada seseorang yang berhasil melakukan perbuatan tertentu, atau juga diartikan sebagai sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan pekerjaan tertentu. Dan menurut para ahli hukum, akad *ju'ālah* dapat dinamakan janji memberikan hadiah (bonus, komisi atau upah tertentu), maka *ju'ālah* adalah akad atau

komitmen dengan kehendak satu pihak. Sedangkan menurut *syara'*, akad *ju'alah* adalah komitmen memberikan imbalan yang jelas atas suatu pekerjaan tertentu atau tidak tertentu yang sulit diketahui.<sup>21</sup>

Terkait kebolehan untuk melakukan akad *ju'alah* ini sudah tertuang dalam firman Allah swt. surat Yusuf ayat 72. Selain itu, berdasarkan hadis yang menceritakan tentang orang yang mengambil upah atas pengobatan dengan surah *al-Fātihah*, yang diriwayatkan oleh jamaah kecuali Imam Nasa'i dari Abu Sa'id al-Khudri.<sup>22</sup>

Terdapat dalil aqli (rasio) yang juga menguatkan dibolehkannya akad *ju'alah*, yaitu kebutuhan masyarakat yang menuntut diadakannya akad *ju'alah* ini, seperti untuk mengembalikan binatang yang hilang budak yang lari atau kabur, dan pekerjaan yang tidak bisa dilakukan sendiri. Maka boleh mengeluarkan upah seperti akad *ijārah* dan *muḍarabah*, hanya saja pekerjaan dan waktu yang belum jelas dalam *ju'alah* tidak merusak akad itu, berbeda sshalnya dalam *ijarah*.<sup>23</sup> Rukun *ju'alah* ada empat: kedua belah pihak yang berakad, *iwad* (upah), pekerjaan, ucapan, Sebagian ulama ada yang menjadikannya lima: yang memberi *ju'alah*, yang menerima *ju'alah* dan dinamakan pekerja, upah, pekerjaan, dan ucapan.<sup>24</sup>

## 2. Teori Perlindungan Hukum

---

<sup>21</sup> Al Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 432.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 433.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 434.

<sup>24</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: AMZAH, 2010), hlm. 333.

Pembahasan mengenai perlindungan hukum dapat dilihat dari definisi menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum ialah memberikan pengayoman pada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain serta perlindungan tersebut diberikan pada masyarakat supaya mereka bisa menikmati seluruh hak-hak yang diberikan oleh hukum.<sup>25</sup> Artinya bahwa perlindungan hukum adalah sebuah perbuatan untuk melindungi hak seseorang dari pihak-pihak tertentu. Adanya perlindungan hukum sebagai upaya hukum yang diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Perlindungan hukum dibentuk atas dua, yakni perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Dimana perlindungan hukum preventif merupakan sebuah upaya pencegahan sebagai rambu-rambu untuk bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan. Perlindungan hukum represif sebuah upaya penyelesaian sengketa yang muncul lahir akibat adanya sebuah pelanggaran.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian literatur (*literature research*) yang dilakukan dengan menggunakan buku-buku, jurnal, dan sumber lainnya. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian lapangan

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 7.

(*field research*) yang dilakukan melalui wawancara pada para pengguna aktif TikTok *Affiliate* Program.

## 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian adalah deskriptif-analisis. Sifat analisis deskriptif maksudnya adalah memberikan gambaran atau pemaparan atas subyek dan obyek penelitian sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan apa adanya tanpa melakukan justifikasi terhadap hasil penelitian.<sup>26</sup>

## 3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini dengan pendekatan penelitian normatif-empiris. Penelitian hukum normatif-empiris (*applied law research*) adalah “penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang, atau kontrak) secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.”<sup>27</sup>

## 4. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara (*interview*), penyusun melakukan wawancara kepada pengguna TikTok *affiliate* secara daring.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 128.

<sup>27</sup> Muhaimin, *Metode Pendekatan Hukum* (Nusa Tenggara Barat: Mataram University Press, 2020), hlm. 129.

Dalam melakukan penelitian, penyusun membatasi wawancara 10 orang dengan gender Perempuan. Pembatasan ini dilakukan karena pengguna aktif TiTok *Affiliate* Program dengan gender perempuan lebih rentan terkena wanprestasi dibanding laki-laki.

b. Studi Pustaka

Studi kepustakaan meliputi; buku, jurnal, prosiding seminar, makalah, kamus hukum, ensiklopedia hukum, kamus literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya. Di samping studi pustaka, juga studi dokumen yang meliputi; dokumen hukum peraturan perundang-undangan secara hirarkis atau berjenjang, yurisprudensi, perjanjian/kontrak dan dokumen lainnya.<sup>28</sup>



**5. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum yuridis normatif ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 124.

Data primer merupakan data yang berasal dari data lapangan yang diperoleh dari responden dan informan. Sumber data primer dimaksud bisa diperoleh dari responden dan informan serta narasumber.<sup>29</sup>

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan studi dokumen. Studi kepustakaan meliputi; buku, jurnal, proseding seminar, makalah, kamus hukum, ensikolepdia hukum, kamus literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya.<sup>30</sup>

## 6. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu cara analisis penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan serta juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.<sup>31</sup>

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi uraian singkat mengenai hal-hal yang akan dipaparkan secara sistematis dalam penelitian ini yang meliputi:

BAB I, bab ini berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka,

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, hlm. 124.

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm. 106.



kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II, bab ini berisi penjelasan umum mengenai landasan teori yang akan digunakan untuk menganalisis permasalahan. Pada bab ini, peneliti akan mengulas lebih dalam mengenai Akad *Ju'alah* dalam Hukum Islam dan Transaksi Elektronik dalam Hukum Positif Indonesia.

BAB III, bab ini berisi gambaran umum mengenai gambaran objek penelitian mencakup segala proses dalam dalam aplikasi TikTok dan sistem TikTok *Affiliate* Program.

BAB IV, bab ini berisi analisis peneliti mengenai kajian perlindungan hukum para pihak terhadap praktik sistem TikTok *Affiliate* Program berdasarkan tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia.

BAB V, bab ini berisi penutup yang memuat kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, dan berisi saran dalam permasalahan yang telah peneliti angkat dalam penelitian ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tinjauan hukum Islam melalui akad dalam praktik TikTok *Affiliate* Program sini telah sesuai dengan rukun dan syarat akad *ju'ālah* sebagaimana dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju'ālah*. Namun, jika terdapat permasalahan seperti halnya wanprestasi, dapat menyelesaikannya dengan menggunakan Badan Arbitrase Syariah Nasional atau melalui Pengadilan Agama.
2. Perlindungan hukum bagi para pihak terhadap praktik TikTok *Affiliate* Program adalah terikatnya para pihak terhadap isi perjanjian. Isi perjanjian tersebut harus dipenuhi karena bagaikan undang-undang bagi para pihak. Jika terjadi perselisihan, TikTok memberikan ruang bagi para pihak untuk menyelesaikannya melalui Aturan Undang-Undang dan Yurisdiksi yang berlaku pada Negara Singapura. Ketentuan ini harus diajukan dan diputuskan secara final melalui arbitrase yang diselenggarakan oleh *Singapore International Arbitration Centre* (“SIAC”) menurut *Arbitration Rules of the Singapore International Arbitration Centre* (“SIAC Rules”) yang berlaku saat ini.

## B. Saran

### 1. Bagi pemerintah

Peraturan hukum masih perlu ditinjau dan dibuat terkait dalam praktik afiliasi yang berbasis dalam sistem komisi ini perlu dilakukan pengembangan. Karena belum ada aturan yang dapat melindungi hak dari pihak *affiliate marketer*.

### 2. Bagi pihak TikTok

Pihak TikTok sebagai penyedia layanan harus dapat memberikan ruang atau sarana penyelesaian sengketa yang mudah bagi *affiliate marketer* untuk mengajukan pengaduan terkait sengketa yang kemungkinan terjadi.

### 3. Bagi *affiliate marketer* dan calon *affiliate marketer*

Sebagai *affiliate marketer* dan calon *affiliate marketer* untuk lebih berhati-hati memilih pihak agensi. Tidak semua agensi yang direkomendasikan pihak TikTok dalam fitur MCN (*Multi-Channel Networking*) dapat menjamin apakah seluruh agensi tersebut tidak akan melakukan tindak penipuan dan pelanggaran. Selain itu, sebagai *affiliate marketer* dan calon *affiliate marketer* untuk lebih memahami konsekuensi dari setiap kesepakatan dan isi perjanjian tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Al-Qur'an

Surat Al-Maa'idah (5): 2.

Surat Yusuf (12):72.

Surat An-Nahl (16):91.

### 2. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007.

### 3. Fikih

Arina Nur Azizah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang Dalam Shopee *Affiliate* Program Pada Aplikasi Shopee", *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.

Azhari, Fathurrahman, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*, Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas, 2015.

Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, Jakarta: AMZAH, 2010.

Haryono, "Konsep *al-Ju'alah* dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari" *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, 2017.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Almahira, 2012.

Maulidiyah Fitriyatus Sholihah, "Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Sistem Bisnis *Affiliate Marketing* di PT. Taqychan Grup Indonesia", *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Misbahul Ulum., "Prinsip Jual Beli *Online* dalam Islam dan Penerapannya Pada *E-Commerce* di Indonesia," *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17:1, 2020.

Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor, Ghalia Indonesia: 2012.

Novia Dwi Putri, dkk., “Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan Implementasinya pada Monetisasi TikTok,” *Jurnal Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, Vol. 2:2, 2022.

Zuhaili, Al Wahbah, *Fiqh Imam Syafi'i*, Jakarta: Predana Media Group, 2010.

Zuhaili, Al Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insani, 2011.

### 3. Hukum

Adnan Rafiqih, “Sistem *Affiliate* Dalam *Markerplace* Shopee Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia,” *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

Antonius Dwicky Cahyadi, “Yurisdiksi Transaksi Elektronik Internasional Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik” *Jurnal Wawasan Yuridika*, Vol. 3:1, 2019.

Asyhadie, Zaelani, *Hukum Keperdataan (Dalam Persepektif Hukum Nasional, KUH Perdata (BW), Hukum Islam dan Hukum Adat)*, Depok: Rajawali Pers, 2018.

Badrulzaman, Mariam Darus, *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku Ketiga*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2015.

Fathur Rahman, “Praktik *Affiliate Marketing* pada *Platform E-Commerce* dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah” *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 6:1, 2022.

Fuady, Munir, *Konsep Hukum Perdata*, Depok: Rajawali Pers, 2019.

Mahlil Nur Muhammad, dkk., “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bentuk Kerjasama Bisnis Periklanan Antara *Publisher* dan Google Adsense,” *Jurnal Muamalah*, Vol. 7:1, 2021.

Nurrezki Andriani Saputri, “Perlindungan Hukum Kreator Konten TikTok Yang Diunggah Ulang Oleh Akun Lain Dalam Aplikasi Berbeda Untuk Tujuan Komersil,” *Skripsi* Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, 2022.

Puspaningrum, Galuh, *Hukum Perjanjian Yang Dilarang Dalam Persaingan Usaha*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.

Rahim, A, *Dasar-Dasar Hukum Perjanjian Perspektif Teori dan Praktik*, Makassar: Humanities Genius, 2022.

Roro Ayu Fitri Dwi Wijayanti, “Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee *Affiliate*,” *Skripsi* Fakultas Hukum Universitas Islam Malang, 2022.

Safira, Martha Eri, *Hukum Perdata*, Ponorogo: Nata Karya, 2017.

Sinaga, Niru Anita, dkk., “Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian” *Binamulia Hukum*, Vol. 7:2, 2018.

Vivi Sylvia Purborini, "Legal Analysis of The Parties Partnership Agreement in The TikTok Affiliate Program" *Politics and Sociology*, Vol. 10:4, 2023.

#### 4. Lain-lain

"Pengertian TikTok Affiliate, Cara Kerja dan Strategi Promosi," Sampoerna University, 2022.

"Pengertian TikTok Affiliate, Cara Kerja dan Strategi Promosi," <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-tiktok-affiliate-cara-kerja-dan-strategi-promosi/>, akses 26 Januari 2023.

Abby Wijaya, "4 Alasan Mengapa Aplikasi TikTok Banyak Digunakan Oleh Masyarakat" <https://adjar.grid.id/read/542791420/4-alasan-mengapa-aplikasi-tiktok-banyak-digunakan-oleh-masyarakat?page=all>, akses 7 Februari 2022.

Bambang Winarso, "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya?," *DailySocial*, 2021, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>.

Chakti, Andi Gunawan, *The Book Of Digital Marketing*, Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.

Decky Hendarsyah, "Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan" *Wawasan IQTISHADUNA*, Vol. 9:1, 2020.

Desy Yuliasuti, "Cara Daftar TikTok Affiliate Terbaru Untuk Dapat Komisi," <https://www.fortuneidn.com/finance/desy/cara-daftar-tiktok-affiliate-terbaru-untuk-dapat-komisi>, akses 26 Januari 2023.

Dimas Bayu, "APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022," <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>, akses pada 21 Januari 2023.

Febri Nova Lenti., "Rekayasa Proses Bisnis Pada E-commerce B2B-B2C Menggunakan Sistem Afiliasi," *Jurnal Informatika dan Komputer(JIKO)*, Vol. 2:1, 2017.

<https://support.tiktok.com/id/live-gifts-wallet/tiktok-live/what-is-tiktok-live>. diakses pada 12 Juni 2023.

<https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/content-violations-and-bans>, diakses pada tanggal 28 Mei 2023.

Mahir Pradana, "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia" *Neo-bis*, Vol. 9:2, 2015.

Marzuki, P. M., *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2011.

Melinda Christianti K wan, "The Use of tikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business" *Adijaya Jurnal Multidisiplin*, Vol. 1:1, 2023.

- Monavia Ayu Rizaty, “Masyarakat RI Paling Banyak Gunakan Internet untuk Berkomunikasi,”  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/29/masyarakat-ri-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-berkomunikasi>, akses 27 Januari 2023.
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Nusa Tenggara Barat: Mataram University Press, 2020.
- Nani Sarah Hapsari, dkk. “Implementasi Metode *One Time Password* Pada Sistem Pemesanan *Online*” *Jurnal Media Informatika Budidarma*, Vol. 4:4, 2020.
- Pengertian TikTok Affiliate, Cara Kerja dan Strategi Promosi,”  
<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-tiktok-affiliate-cara-kerja-dan-strategi-promosi/>, akses pada 26 Januari 2023.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Rangga Suganda, “Metode Pendekatan Yuridis Dalam Memahami Sistem Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8:3, 2022.
- Rini Yustiani, dkk., “Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Era Teknologi Informasi,” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, Vol. 6:2, 2017.
- Rumondang, Asri, dkk, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Sutopo dan Alfin Muslikhun, “Peningkatan Penjualan *Online* Melalui Live Streaming Pada Media Sosial *Online*” *Dharma Ekonomi*, No. 56, 2022.
- Yohana Nabila Wuryanto, “Mengenal TikTok Affiliate, Cara Daftar Hingga Komisi Yang Didapat,” *Narasi Daily*, 2023, <https://narasi.tv/read/narasi-daily/tiktok-affiliate-adalah>.

## 5. Wawancara

- Wawancara dengan Arini Fauziyah, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 23 Mei 2023.
- Wawancara dengan Filla Raudhatul Jannah, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 6 Juni 2023.
- Wawancara dengan Khafidhoh, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 6 Juni 2023.
- Wawancara dengan Laila, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 27 Juni 2023.
- Wawancara dengan Lulu, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 3 Juli 2023.
- Wawancara dengan Nala Milatal Haq, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 6 Juni 2023.

Wawancara dengan Nana, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 2 Juni 2023

Wawancara dengan Nenden, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 1 Juni 2023.

Wawancara dengan Rani, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada tanggal 2 Juni.

Wawancara dengan Vanesaa, Pengguna TikTok *Affiliate* Program, Pada Tanggal 23 Mei 2023.

