

**SISTEM BAGI HASIL SEBAGAI AFFILIATOR DI APLIKASI
TIKTOK DITINJAU DARI FIKIH MUAMALAH**

SKRIPSI

*“Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
(S.H) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama
Islam Negeri Mandailing Natal “*



Oleh:

SUAIDAH BATUBARA

NIM: 22-02-0014

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
T.A 2026**

SISTEM BAGI HASIL SEBAGAI AFFILIATOR DI APLIKASI TIKTOK DITINJAU DARI FIKIH MUAMALAH



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) Program
Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama
Islam Negeri Mandailing Natal*

Oleh :

SUAIDAH BATUBARA

NIM : 22-02-0014

Dosen Pembimbing I

Asrul Hamid. M.H.I
NIP. 198709072019031013

Dosen Pembimbing II

Raja Ritonga. M.Sy
NIP. 198508122019031005

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
T.A 2026**

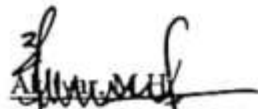
LEMBAR PENGESAHAN MUNAQASYAH

Skripsi ini berjudul "**Sistem Bagi Hasil Sebagai *Affiliator* Diaplikasi Tiktok Ditinjau Dari Fiqih Muamalah**", a.n Suaidah Batubara NIM: 22-02-00-14, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) pada tanggal 16 Juli 2026.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Panyabungan, Juli 2026
Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri Mnadailing Natal

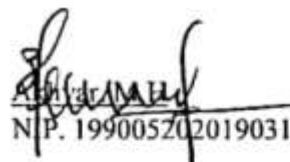
Ketua


NIP. 199005202019031012

Sekretaris


Asrul Hamid, M.H.
NIP. 198709072019031013

Anggota Penguji


NIP. 199005202019031012


Asrul Hamid, M.H.I
NIP. 198709072019031013


Raja Ritonga, M.Sy
NIP. 198508122019031005


H. Martua Nasution, Lc., M.A
NIP. 197001032023211003

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Suaidah Batubara NIM: 22020014 Dengan judul **"Sistem Bagi Hasil Sebagai *Affiliator* Diaplikasi Tiktok Ditinjau Dari Fiqih Muamalah."**. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk disidangkan dalam sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Panyabungan, Juli 2026

Dosen Pembimbing I


Asri Hamid, M.H.I
NIP. 198709072019031013

Dosen Pembimbing II


Raja Ritonga, M.Sv
NIP. 198508122019031005

LEMBAR NOTA DINAS

Mandailing Natal, Juli 2026

Lampiran : 5 (lima) ekp

Perihal : Skripsi

A.n. Suaidah Batubara

Kepada Yth

Bapak Ketua STAIN MADINA

di Panyabungan

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Suaidah Batubara, NIM. 22020014 yang berjudul **"Sistem Bagi Hasil Sebagai *Affiliator* Diaplikasi Tiktok Ditinjau Dari Fiqih Muamalah"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA).

Untuk itu dalam waktu dekat, kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan, dan atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dosen Pembimbing I



Asyul Hamid. M.H.I
NIP. 198709072019031013

Dosen Pembimbing II



Raja Ritonga. M.Sy
NIP. 198508122019031005

LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suaidah Batubara

Nim : 22020014

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Tempat / Tanggal Lahir : Dalan Lidang, 24 April 2003

Alamat : Dalan Lidang, Kec. Panyabungan, Kab. Mandailing

Natal

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul "Sistem Bagi Hasil sebagai *Affiliator* di Aplikasi TikTok Ditinjau dari Fiqih Muamalah" adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Seluruh sumber yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian dan kebenaran isi skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Juli 2026

Yang membuat pernyataan



NIM. 22020014

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5–6)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku.”

(Umar bin Khattab)

“Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan ‘seandainya’, tapi katakan ‘Qadarullah’ karena semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karena Allah itu Maha Baik.”

(Ustadz Hanan Attaki)

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

(Suaidah Batubara)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pembawa risalah ilahi kepada seluruh umat, beserta keluarganya, sahabatnya, serta pengikutnya, hingga akhir zaman.

Dengan pertolongan Allah SWT dan usaha sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul: Sistem Bagi Hasil Sebagai *Affiliator* Diaplikasi Tiktok Ditinjau Dari Fiqih Muamalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, kekuatan, serta pertolongan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Atas segala kemudahan dan keteguhan yang diberikan, penulis dapat melalui setiap proses hingga sampai pada tahap ini.
2. Teristimewa untuk Almarhumah Hj. Tuginah, ibu tercinta yang telah lebih dahulu kembali kepada Allah SWT. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan rindu dan kehilangan yang penulis rasakan. Meski Almarhumah tidak dapat menyaksikan perjuangan penulis hingga sampai pada titik ini, cinta, doa, dan pengorbanannya akan selalu hidup dalam hati penulis. Jika hari ini penulis mampu sampai di titik ini, ada bagian dari perjuangan ini yang lahir dari cinta seorang ibu yang mungkin tidak

sempat melihat hasilnya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta dan bakti kepada beliau. Semoga Allah SWT mengampuni segala dosa Almarhumah, menerima amal ibadahnya, melapangkan kuburnya, dan menempatkannya di tempat terbaik di sisi-Nya. Semoga kelak Almarhumah dapat melihat bahwa anaknya telah menyelesaikan perjuangan yang pernah menjadi harapannya. Al-Fatihah. Kepada Ayahanda H. Imbalo dan Ibunda Adek Fitriani, terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti. Di balik pencapaian ini, ada perjuangan dan doa Ayah dan Ibu yang tidak akan pernah mampu penulis balas sepenuhnya. Semoga pencapaian ini menjadi kebahagiaan kecil atas segala pengorbanan yang telah diberikan.

3. Abang kandung tercinta, Asrul Efendi, terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, dan segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama proses menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis di saat membutuhkan. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan keberkahan dan kebahagiaan.
4. Kakak tercinta Zubaidah, terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang senantiasa diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan semangat di setiap proses yang penulis lalui. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah Kakak.

5. Bapak Dr. Ahmad Mafaid, M.H.I., dan Ibu Resi Atna Sari Siregar, M.S.I., Ketua dan Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah, Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
6. Bapak Asrul Hamid, M.H.I. Pembimbing I yang telah memberikan nasihat, pengarahan dan meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Raja Ritonga, M.Sy. Pembimbing II yang telah memberikan nasihat, pengarahan dan meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta staf akademik dan karyawan STAIN Mandailing Natal, yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama penulis kuliah di STAIN Mandailing Natal.
9. Diri sendiri Suaidah Batubara, terima kasih telah berusaha dan bertahan dalam menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah tetap semangat, belajar dari setiap proses, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal untuk terus berkembang dan meraih cita-cita di masa yang akan datang.
10. Kepada seseorang yang tidak dapat penulis sebutkan namanya, penulis menyampaikan terima kasih atas segala dukungan, perhatian, motivasi, dan kebaikan yang telah diberikan selama proses penyelesaian pendidikan dan skripsi ini. Kehadiran dan dukungan tersebut menjadi salah satu hal yang berarti bagi penulis dalam melalui setiap proses hingga sampai pada tahap ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

11. Sahabat tercinta, Intana Tania Lubis, terima kasih telah setia menemani dan memberikan dukungan sejak pengajuan judul, penyusunan proposal, seminar, komprehensif, hingga penyelesaian skripsi dan sidang. Terima kasih telah hadir dalam setiap proses, menjadi tempat berbagi cerita, serta memberikan semangat di saat penulis merasa lelah. Kehadiran dan dukunganmu menjadi bagian berarti dalam perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini. Semoga persahabatan dan segala kebaikan yang telah terjalin senantiasa terjaga.

12. Untuk Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah (HES) angkatan 2022 yang telah membantu dan memotivasi baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang mencintai kita semua dan menjadikan kita termasuk hamba-hambanya yang diberi petunjuk. Sungguh sangat banyak pelajaran yang penulis temukan dari kalian semua sehingga menjadi semangat bagi penulis di dalam menyelesaikan studi akademik di kampus STAIN MADINA yang tercinta ini. Namun demikian di dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritikan dan saran sangat penulis harapkan untuk membangun skripsi ini. Akhir kata penulis kembali berterima kasih kepada segenap pembaca terkhusus kepada nama-nama yang penulis lampirkan dikata pengantar ini.

Panyabungan, Maret 2026



Suaidah Batubara

NIM: 22-02-00-1

DAFTAR ISI

COVER PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN MUNAQASYAH.....	iii
LEMBAR NOTA DINAS	iv
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	10
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Sistematika Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Ju'alah</i> Dalam Fiqh Muamalah	14
B. Bagi Hasil.....	18
C. <i>Affiliator</i>	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Sifat Penelitian	25
C. Pendekatan Penelitian	26
D. Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Sistem Bagi Hasil Sebagai <i>Affiliator</i> di Aplikasi Tiktok	28

B. Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Bagi Hasil Sebagai <i>Affiliator</i> di Aplikasi Tiktok	43
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA



ABSTRAK

Nama : Suaidah Batubara

NIM : 22020014

Judul Skripsi : “Sistem Bagi Hasil Sebagai *Affiliator* Diaplikasi Tiktok Ditinjau Dari Fiqih Muamalah ”

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai bentuk aktivitas ekonomi, salah satunya melalui program TikTok *Affiliate* yang memberikan komisi kepada affiliator atas keberhasilan mempromosikan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem bagi hasil sebagai affiliator di aplikasi TikTok serta menganalisisnya berdasarkan perspektif fikih muamalah. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan normatif yang bersifat deskriptif analisis. Data primer diperoleh dari buku-buku fikih muamalah, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, artikel ilmiah, fatwa, dan literatur lain yang berkaitan dengan penelitian. Data dianalisis secara kualitatif melalui studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil pada TikTok *Affiliate* menggunakan mekanisme komisi berdasarkan keberhasilan penjualan (*performance-based*). Affiliator memperoleh komisi apabila transaksi yang dilakukan melalui tautan afiliasi telah selesai dan terverifikasi oleh sistem. Ditinjau dari fikih muamalah, praktik tersebut pada dasarnya diperbolehkan karena memiliki karakteristik yang sejalan dengan akad *ju'alah*, selama memenuhi prinsip kerelaan para pihak, kejelasan akad, kejujuran, transparansi, serta tidak mengandung unsur gharar, tadlis, maupun praktik yang bertentangan dengan syariat Islam.

Kata Kunci: *TikTok Affiliate, Sistem Bagi Hasil, Fikih Muamalah*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Kehadiran internet telah menciptakan pola interaksi baru dalam masyarakat, termasuk dalam aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih menjadi transaksi berbasis digital. Perubahan tersebut ditandai dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial, marketplace, serta berbagai platform digital sebagai sarana pemasaran dan transaksi ekonomi. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam menunjang aktivitas bisnis modern.¹

Kemajuan teknologi digital telah melahirkan berbagai inovasi dalam sistem perdagangan elektronik atau e-commerce. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya mengharuskan adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli kini dapat dilakukan secara daring melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Hal ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga mendorong munculnya berbagai strategi pemasaran baru yang memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi

¹ Rachmawati, "Strategi Social Commerce dalam Meningkatkan Penjualan melalui Platform Digital," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 9, No. 2, 2022.

utama dalam meningkatkan penjualan produk dan jasa.²

Salah satu media sosial yang berkembang sangat pesat dan memiliki pengaruh besar dalam dunia pemasaran digital adalah aplikasi TikTok. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya membuat, membagikan, dan menonton berbagai jenis konten secara interaktif. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna, TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi sarana bisnis digital melalui fitur TikTok Shop dan TikTok Affiliate. Kehadiran fitur tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu bentuk social commerce yang menggabungkan aktivitas media sosial dengan kegiatan perdagangan elektronik.³

TikTok Affiliate merupakan program kerja sama pemasaran yang mempertemukan penjual dengan pengguna media sosial yang bertindak sebagai affiliator untuk mempromosikan produk tertentu. Dalam sistem ini, affiliator memperoleh komisi atau bagi hasil apabila berhasil mendatangkan transaksi penjualan melalui tautan, video promosi, maupun live streaming yang dilakukan pada platform TikTok. Dengan kata lain, imbalan yang diterima affiliator bergantung pada keberhasilan promosi yang dilakukan. Sistem tersebut dikenal sebagai performance-based marketing karena pembayaran komisi diberikan berdasarkan hasil penjualan yang dicapai.⁴

Perkembangan sistem affiliate marketing pada TikTok menunjukkan

² Rahmawati, L., "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 3, No. 1, 2022.

³ Wibowo, M., "Model Kompensasi Berbasis Kinerja dalam Pemasaran Digital," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, 2022.

⁴ Zulkarnain, M., "Kaidah Fiqh Muamalah dalam Menjawab Tantangan Ekonomi Modern," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, 2023.

adanya transformasi pola muamalah masyarakat di era digital. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya bersifat langsung kini berkembang menjadi transaksi berbasis platform digital yang melibatkan teknologi, algoritma, dan media sosial sebagai sarana utama perdagangan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa praktik muamalah terus mengalami perkembangan mengikuti kebutuhan dan kondisi masyarakat modern. Dalam Islam, perkembangan bentuk transaksi ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Kaidah fiqh menyatakan bahwa hukum asal muamalah adalah boleh selama tidak terdapat dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, praktik *affiliate* marketing sebagai bentuk transaksi kontemporer perlu dikaji lebih lanjut agar dapat diketahui kesesuaiannya dengan hukum Islam.⁵

Di sisi lain, sistem *affiliate* marketing pada TikTok juga memunculkan berbagai persoalan hukum yang memerlukan kajian mendalam dalam perspektif fiqh muamalah. Salah satu persoalan utama berkaitan dengan bentuk akad yang mendasari hubungan antara penjual dan *affiliator*. Dalam praktiknya, *affiliator* tidak memperoleh upah secara tetap, melainkan mendapatkan komisi setelah berhasil menghasilkan penjualan produk. Mekanisme tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai apakah praktik *affiliate* dapat dikategorikan sebagai akad *ju'alah*, *samsarah*, *ijarah*, atau bentuk akad lainnya dalam fiqh muamalah. Penentuan jenis akad sangat penting karena berkaitan dengan keabsahan transaksi, hak dan kewajiban para pihak, serta ketentuan syariah yang mengaturnya.⁶

⁵ Prasetyo, A. & Nugroho, B., "Analisis Transparansi dan Risiko dalam Sistem Affiliate Marketing pada E-Commerce," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2023.

⁶ Nurbaiti, L., "Konsep Tadlis dalam Jual Beli Online Perspektif Fiqh Muamalah," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2023.

Selain persoalan akad, praktik *affiliate* marketing juga berpotensi mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi. Potensi gharar dapat muncul apabila sistem komisi, mekanisme pembayaran, maupun perubahan kebijakan platform tidak dijelaskan secara transparan kepada affiliator. Ketidakjelasan tersebut dapat menyebabkan ketidakpastian mengenai hak yang akan diterima oleh affiliator, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian dan perselisihan di kemudian hari. Dalam fiqh muamalah, setiap transaksi harus dilakukan secara jelas dan transparan agar terhindar dari unsur ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, transparansi sistem menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan keabsahan praktik *affiliate* menurut hukum Islam.⁷

Dalam perspektif fiqh muamalah, sistem *affiliate* pada TikTok memiliki karakteristik yang menyerupai akad *ju'alah*, yaitu akad pemberian imbalan atas keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan tertentu. Pada praktiknya, affiliator baru memperoleh komisi apabila berhasil mendatangkan transaksi penjualan dari produk yang dipromosikan. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa imbalan tidak diberikan di awal pekerjaan, melainkan setelah target yang ditentukan berhasil tercapai. Karakteristik ini sejalan dengan konsep *ju'alah* dalam hukum Islam, di mana seseorang berhak memperoleh upah setelah mampu menghasilkan suatu pencapaian sesuai kesepakatan.⁸

Meskipun demikian, penerapan akad *ju'alah* dalam sistem *affiliate*

⁷ Ahmad Fauzi, "Peran *Affiliate Marketing* dalam E-Commerce terhadap Peningkatan Penjualan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 1, 2020.

⁸ Hasanah, U., "Implementasi Akad *Ju'alah* dalam Praktik Bisnis Kontemporer," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2023.

marketing modern masih menimbulkan berbagai persoalan yang perlu dianalisis lebih lanjut. Hal ini disebabkan karena praktik affiliate dilakukan melalui sistem digital yang melibatkan platform sebagai pihak perantara, sehingga memunculkan kemungkinan adanya ketidakjelasan mekanisme komisi, perubahan kebijakan secara sepihak, maupun potensi penyalahgunaan dalam promosi produk. Oleh sebab itu, penting untuk mengkaji apakah praktik bagi hasil sebagai affiliator pada aplikasi TikTok benar-benar telah memenuhi rukun dan syarat akad ju'alah serta prinsip-prinsip fiqh muamalah seperti keadilan, kejelasan, kejujuran, dan kerelaan antar pihak.⁹

Dalam Islam, setiap bentuk transaksi dan kerja sama ekonomi harus dilandasi oleh prinsip keadilan, kerelaan, serta tidak mengandung unsur yang merugikan salah satu pihak. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisā' ayat 29:

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

Artinya: *"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". (QS. An-Nisa:29)*¹⁰

Ayat tersebut menjadi dasar utama dalam fiqh muamalah bahwa seluruh aktivitas ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama dilakukan atas dasar kerelaan, kejujuran, dan tidak mengandung unsur kebatilan. Dalam praktik affiliate TikTok, hubungan kerja sama antara seller dan affiliator juga didasarkan

⁹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah*, 2007.

¹⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. An-Nisā' (4): 29.

pada kesepakatan bersama, di mana affiliator memperoleh komisi setelah berhasil membantu penjualan produk. Dengan demikian, sistem tersebut dapat dikaji dalam perspektif akad *ju'alah* karena adanya pemberian imbalan atas suatu keberhasilan pekerjaan tertentu.¹¹

Berdasarkan ayat tersebut, dapat dipahami bahwa Islam memberikan ruang terhadap perkembangan bentuk transaksi modern selama tetap berpedoman pada prinsip syariah, seperti kejelasan akad, kejujuran, kerelaan antar pihak, dan terhindar dari unsur gharar maupun tadlis. Oleh sebab itu, sistem affiliate pada TikTok dapat dianalisis melalui pendekatan akad *ju'alah* sebagai salah satu bentuk muamalah kontemporer dalam ekonomi digital.¹²

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan pokok yang menjadi fokus kajian ini dapat dijelaskan secara lebih tegas, yaitu bahwa hubungan antara penjual dan *affiliator* dalam sistem TikTok Affiliate secara karakteristik mendekati akad *ju'alah*, namun penerapannya dalam ekosistem digital memunculkan beberapa titik ketidakjelasan hukum yang tidak serta-merta terjawab hanya dengan kemiripan struktur akad semata. Ketidakjelasan tersebut meliputi, *pertama*, status hukum objek pekerjaan (promosi produk) yang keberhasilannya ditentukan oleh sistem algoritma platform, bukan semata-mata oleh kesepakatan langsung antara *ja'il* (penjual) dan *maj'ul lah* (*affiliator*); *kedua*, potensi *gharar* dalam penentuan besaran komisi yang dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan yang memadai kepada *affiliator*; dan *ketiga*, risiko *tadlis* dalam

¹¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar al-Fikr), juz V, h. 3875.

¹² Hasanah, U., "Implementasi Akad Ju'alah dalam Praktik Bisnis Kontemporer," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2023.

konten promosi yang berpotensi merugikan konsumen. Ketiga persoalan inilah yang menjadi alasan mendasar mengapa kesesuaian praktik *affiliate marketing* dengan rukun dan syarat akad *ju'alah* perlu dikaji lebih mendalam berdasarkan dalil dan pendapat ulama fiqh muamalah.

Berkaitan dengan kebolehan akad *ju'alah*, jumhur ulama dari kalangan Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah berpendapat bahwa *ju'alah* hukumnya boleh (*mubah*) berdasarkan dalil Al-Qur'an dalam kisah Nabi Yusuf AS pada surah Yusuf ayat 72, serta hadis riwayat Imam Bukhari tentang praktik *ruqyah* yang dilakukan sekelompok sahabat dengan imbalan. Ketidakjelasan objek pekerjaan pada awal akad, yang pada akad lain seperti *ijarah* dapat membatalkan transaksi karena tergolong *gharar*, dalam *ju'alah* dimaafkan (*gharar yasir*) karena adanya unsur kebutuhan (*hajah*) masyarakat serta sifat akad yang berorientasi pada hasil, bukan pada proses.¹³ Berbeda dengan jumhur, mazhab Hanafi pada mulanya cenderung melarang *ju'alah* dengan alasan mengandung *gharar* akibat ketidakjelasan pekerjaan dan waktu penyelesaiannya. Namun, sebagian ulama Hanafiyah *mutakhirin*, sebagaimana dikemukakan Wahbah az-Zuhaili dalam *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, akhirnya membolehkan *ju'alah* dengan merujuk pada kaidah fikih *al-hajah tunazzalu manzilah al-darurah* (kebutuhan menempati kedudukan darurat), mengingat praktik semacam ini telah menjadi kebutuhan riil dalam muamalah masyarakat.

Dalil hadis yang memperkuat kebolehan *ju'alah* sebagaimana diriwayatkan oleh Imam Bukhari dari Abu Sa'id al-Khudri menceritakan bahwa sekelompok

¹³ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid 5 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2007), hlm. 3781–3785.

sahabat Nabi SAW mengobati seorang kepala kampung yang disengat binatang berbisa dengan bacaan surah al-Fatihah, kemudian meminta imbalan atas jasa tersebut. Ketika peristiwa itu disampaikan kepada Rasulullah SAW, beliau tidak melarangnya, bahkan turut mengambil bagian dari imbalan yang diterima para sahabat.¹⁴ Sikap Rasulullah SAW yang tidak menyangkal praktik tersebut (*taqrir*) menjadi dalil bahwa pemberian imbalan atas keberhasilan suatu pekerjaan hukumnya dibolehkan dalam Islam. Adapun dalilnya sebagai berikut:

وَمَا أَذْرَاكَ أَنَّهَا رُقْيَةٌ، خُذُوهَا، وَاضْرِبُوا لِي بِسَهْمٍ

Artinya: “Bagaimana kamu mengetahui bahwa Surah al-Fatihah itu merupakan ruqyah? Ambillah kambing-kambing itu dan berikanlah kepadaku sebagian darinya¹⁵

Ketentuan ini kemudian dikuatkan secara kontemporer melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*, yang menetapkan bahwa *ju'alah* dibolehkan dengan syarat objek pekerjaan (*mahall al-'aqd*) jelas dan tidak bertentangan dengan syariat, besaran imbalan (*ju'l*) diketahui secara pasti, serta transaksi terhindar dari unsur *gharar* yang berlebihan (*gharar fahisy*).

Merujuk pada pendapat ulama dan dalil-dalil di atas, dapat dipahami bahwa kebolehan suatu bentuk muamalah kontemporer, termasuk sistem bagi hasil *affiliator* di TikTok, bergantung pada terpenuhinya syarat kejelasan objek, kejelasan imbalan, dan ketiadaan unsur *gharar* yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis lebih mendalam apakah

¹⁴ Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Kitab ath-Thibb, Bab ar-Ruqya bi Fatihat al-Kitab, hadis no. 5736.

¹⁵ (H.R. Sahih al-Bukhari No. 5736 dan Sahih Muslim No. 2201)

praktik bagi hasil *affiliator* pada aplikasi TikTok telah memenuhi ketentuan tersebut, sebagaimana digariskan baik oleh nash Al-Qur'an dan hadis, pendapat para ulama mazhab, maupun fatwa DSN-MUI yang menjadi rujukan kontemporer dalam menetapkan keabsahan akad *ju'alah*.

Permasalahan lain yang juga menjadi perhatian adalah adanya kemungkinan terjadinya *tadlis* atau penipuan dalam proses promosi produk. Dalam upaya menarik perhatian konsumen, sebagian *affiliator* terkadang memberikan informasi yang berlebihan, tidak sesuai fakta, atau menyembunyikan kekurangan produk yang dipromosikan. Tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip kejujuran yang menjadi dasar dalam setiap aktivitas muamalah. Islam mengajarkan bahwa setiap pelaku usaha wajib menyampaikan informasi secara benar, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Oleh sebab itu, etika promosi dalam *affiliate marketing* menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan agar transaksi tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah.¹⁶

Selain itu, aspek kehalalan produk yang dipromosikan juga menjadi bagian penting dalam analisis fiqh muamalah terhadap sistem *affiliate* pada TikTok. Dalam Islam, objek transaksi harus berupa barang atau jasa yang halal, bermanfaat, dan tidak menimbulkan mudarat bagi masyarakat. Apabila *affiliator* mempromosikan produk yang diharamkan atau merugikan konsumen, maka praktik tersebut tidak dapat dibenarkan menurut syariat Islam. Dengan demikian, *affiliator* tidak hanya bertanggung jawab terhadap strategi promosi, tetapi juga memiliki tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa produk yang

¹⁶ Rahmi, S., "Etika Kejujuran dalam Transaksi Bisnis Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 2, 2022.

dipasarkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁷

Di samping berbagai persoalan tersebut, sistem affiliate marketing pada TikTok juga memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat. Program affiliate membuka peluang kerja dan sumber penghasilan baru, khususnya bagi generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Selain itu, sistem ini dinilai mampu membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan produk melalui strategi pemasaran digital yang lebih luas, cepat, dan efisien. Kehadiran affiliate marketing juga menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media produktif yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital.¹⁸

Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis menarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“SISTEM BAGI HASIL SEBAGAI AFFILIATOR DI APLIKASI TIKTOK DI TINJAU DARI FIKIH MUAMALAH”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem bagi hasil sebagai *affiliate* di aplikasi Tiktok?
2. Bagaimna sistem bagi hasil sebagai *affiliate* di aplikasi Tiktok ditinjau dari fikih muamalah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem bagi hasil sebagai *affiliate* di aplikasi Tiktok

¹⁷ Nurbaiti, L., “Konsep Tadlis dalam Jual Beli Online Perspektif Fiqh Muamalah,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2023.

¹⁸ Hidayatullah, M., “Transparansi Informasi dalam Pemasaran Digital Berbasis Syariah,” *Jurnal Bisnis Syariah*, Vol. 3, No. 2, 2022.

2. Untuk mengetahui sistem bagi hasil sebagai *affiliator* di aplikasi Tiktok di tinjau dari fikih muamalah?

D. Landasan Teori

Bagi hasil merupakan salah satu prinsip dasar dalam sistem ekonomi Islam yang menggantikan mekanisme bunga (riba) dengan pembagian keuntungan dan risiko secara proporsional antara pihak-pihak yang melakukan kerja sama usaha. Konsep ini lahir dari prinsip keadilan (*al-'adalah*) dan kerelaan (*al-tarād*) yang menjadi landasan utama setiap transaksi muamalah dalam Islam.¹⁹

Konsep bagi hasil dalam Islam memiliki dasar yang kuat dalam Al-Qur'an. Allah Swt. berfirman dalam QS. An-Nisa (4): 29 sebagai berikut:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka (kerelaan) di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (An-Nisa:29)²⁰

Ayat ini menjadi dasar bahwa setiap bentuk kerja sama usaha, termasuk pembagian hasil keuntungan, harus dilandasi oleh kesepakatan dan kerelaan kedua belah pihak agar terhindar dari unsur kezaliman.²¹ Selain itu, Allah Swt. juga berfirman dalam QS. Al-Maidah (5): 1 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُجَلِّى الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ

¹⁹ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 191.

²⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. An-Nisā' (4): 29.

²¹ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid 5, Damaskus: Dar al-Fikr, 2007, hlm. 3781.

يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (Al-Maidah:1)²²

Allah Swt. juga berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 282 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya.” (Al-Baqarah:282)²³

Dalam ayat ini Allah SWT memerintahkan agar setiap transaksi muamalah dicatat dan dijelaskan secara terang agar tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari, sehingga prinsip kejelasan (*al-wudūh*) menjadi bagian penting dalam pelaksanaan bagi hasil.²⁴

Selain bersumber dari Alquran, konsep bagi hasil juga memiliki landasan yang kuat dalam hadis Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah bahwa Rasulullah SAW bersabda terdapat tiga perkara yang mengandung keberkahan, salah satunya adalah *muqaradhah* atau *mudharabah*, yaitu kerja sama bagi hasil antara pemilik modal dan pengelola usaha.

الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبُرْكَةُ

Artinya: “Tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkahan, yaitu jual beli secara tangguh, *muqaradhah* (*mudharabah*), dan mencampur gandum

²² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-Maidah (5): 1.

²³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-Baqarah (2): 282.

²⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Vol. 1, Jakarta: Lentera Hati, 2002, hlm. 605.

dengan jiwawut untuk kebutuhan rumah tangga, bukan untuk diperjualbelikan."(HR. Ibnu Majah No. 2289)²⁵

Hadis ini menjadi dalil yang secara tegas membenarkan praktik bagi hasil sebagai salah satu bentuk kerja sama usaha yang dianjurkan dalam Islam.²⁶

Berdasarkan dalil Alquran dan hadis tersebut, dapat dipahami bahwa Islam memberikan ruang yang luas terhadap praktik bagi hasil sebagai salah satu bentuk kerja sama ekonomi, selama memenuhi prinsip keadilan, kejelasan, dan kerelaan antar pihak. Konsep bagi hasil inilah yang kemudian menjadi landasan teoretis dalam menganalisis sistem pembagian komisi pada praktik *affiliator* di aplikasi TikTok, untuk melihat sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah digariskan dalam Alquran dan hadis.²⁷

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk memberikan wawasan yang lebih luas dalam mengetahui bagi hasil terhadap affilator diaplikasi online tiktok.
2. Untuk mengembangkan wawasan kontribusi pemikiran bagi maha siswa lain yang ingin mengembangkan penelitian yang sama.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam rangka memperkuat kerangka konseptual dan menentukan posisi penelitian, penulis melakukan telaah terhadap sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan objek kajian. Telaah ini bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi penelitian sebelumnya, sekaligus menemukan celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji, sehingga penelitian ini

²⁵ Sunan Ibnu Majah, Kitab at-Tijarah, Bab al-Muqaradhah, Hadis No. 2289.

²⁶ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab al-Tijarah, no. hadis 2289, dikutip dalam Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm. 90.

²⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007, hlm. 26.

memiliki nilai kebaruan dan relevansi ilmiah.

1. Siti Nurjanah (2022). Penelitian berjudul “*Implementasi Affiliate Marketing pada Platform Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam*” yang dipublikasikan dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* bertujuan untuk menganalisis praktik *affiliate marketing* dalam kerangka ekonomi Islam secara umum.²⁸ Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *affiliate marketing* diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip dasar syariah seperti kejelasan akad, tidak adanya unsur gharar, serta adanya kerelaan antar pihak (*tarāḍin*). Perbedaannya, penelitian tersebut bersifat umum dalam perspektif ekonomi Islam, sedangkan skripsi ini secara spesifik mengkaji sistem bagi hasil pada *affiliator* dengan pendekatan fikih muamalah, sehingga lebih menitikberatkan pada analisis akad (seperti *ju’alah* dan *wakālah bi al-ujrah*) serta implikasi hukumnya.
2. Ahmad Fauzi (2020). Penelitian berjudul “*Peran Affiliate Marketing dalam E-Commerce terhadap Peningkatan Penjualan*” dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* berfokus pada efektivitas *affiliate marketing* dalam meningkatkan penjualan produk di platform digital.²⁹ Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis data penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *affiliate marketing* mampu meningkatkan volume penjualan secara signifikan melalui pemanfaatan jaringan digital dan

²⁸ Siti Nurjanah, “Implementasi Affiliate Marketing pada Platform Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022.

²⁹ Ahmad Fauzi, “Peran Affiliate Marketing dalam E-Commerce terhadap Peningkatan Penjualan,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 1, 2020.

media sosial. Perbedaannya, penelitian tersebut hanya berfokus pada aspek ekonomi dan pemasaran (peningkatan penjualan), tanpa mengkaji aspek hukum Islam secara mendalam. Sementara itu, skripsi ini menitikberatkan pada analisis normatif fikih muamalah, khususnya terkait keabsahan sistem bagi hasil yang diterapkan dalam praktik *affiliator*.

3. Rina Susanti (2021). Penelitian berjudul “*Strategi Influencer dan Affiliate Marketing dalam Pemasaran Digital*” yang dimuat dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran* bertujuan untuk mengkaji efektivitas strategi pemasaran digital melalui *influencer* dan *affiliator* dalam memengaruhi perilaku konsumen.³⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan analisis perilaku konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis konten digital memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat beli konsumen. Perbedaan pada penelitian saya yaitu, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek strategi pemasaran dan perilaku konsumen, sedangkan skripsi ini mengkaji dimensi hukum Islam (fikih muamalah), khususnya dalam menilai kesesuaian praktik sistem bagi hasil *affiliator* dengan prinsip syariah.

E. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pembahasan serta memberikan gambaran yang sistematis mengenai isi skripsi, penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab. Adapun uraian dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah,

³⁰ Rina Susanti, “Strategi Influencer dan Affiliate Marketing dalam Pemasaran Digital,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 2, 2021.

tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, penelitian terdahulu, serta sistematika penelitian.

Bab II: Landasan Teori, membahas mengenai *Ju'alah* dalam fiqh muamalah yang meliputi pengertian *Ju'alah*, dasar hukum *Ju'alah*, rukun dan syarat *Ju'alah*, serta berakhirnya *Ju'alah*. Selain itu, bab ini membahas mengenai bagi hasil yang terdiri dari pengertian bagi hasil, konsep bagi hasil, dan mekanisme penghitungan bagi hasil. Bab ini juga menguraikan tentang *affiliator*, meliputi pengertian *affiliator* dan peran *affiliator* dalam menarik minat beli konsumen.

Bab III: Metodologi Penelitian, menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, serta teknik pengumpulan data.

Bab IV: Hasil Penelitian, menyajikan hasil penelitian mengenai sistem bagi hasil sebagai *affiliator* di aplikasi TikTok serta tinjauan fiqh muamalah terhadap sistem bagi hasil sebagai *affiliator* di aplikasi TikTok.

Bab V: Penutup, merupakan bagian akhir dari skripsi yang memuat kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan penelitian serta saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.