

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya suatu zaman tentunya manusia akan senantiasa melakukan suatu pembaharuan atau melakukan sebuah inovasi agar kebutuhan mereka menjadi lebih cepat dan mudah didapat. Terdapat banyak hal yang seiring berjalannya waktu sedikit demi sedikit mengalami sebuah inovasi yang memang bertujuan untuk memudahkan manusia untuk bersosial dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia dituntut untuk senantiasa beradaptasi dengan perkembangan teknologi, yang semakin hari semakin berbasis teknologi canggih dan serba menggunakan koneksi *internet*.¹ Ada banyak inovasi teknologi yang telah ada salah satu contohnya adalah transaksi jual beli secara daring, dengan semakin mudahnya akses internet untuk berbelanja *online* pada *marketplace* yang tersedia hanya dengan bermodalkan *smartphone*, kuota *internet* dan aplikasi belanja *online* sudah dapat berbelanja dengan mudah.²

Dewasa ini dengan didukung majunya perkembangan teknologi dan dengan mudahnya akses *internet*, belanja *online* sudah menjadi hal yang tidak terdengar asing lagi namun sudah menjadi sebuah hal yang lumrah dan menjadi sebuah solusi berbelanja menjadi lebih praktis, hemat, mudah dan

¹ Hendro Setyo Wahyudi Mita Puspita Sukmasari, "Teknologi dan Kehidupan Masyarakat", *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 3, No. 1, 2014. 15.

² Oviliani Yenty Yuliana, "Penggunaan Internet Dalam Bisnis", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1, 2000. 37.

lebih bervariasi.³ Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah mengalami peningkatan selaras dengan terus bertambahnya pengguna jaringan *internet* di Indonesia. Pada tahun 2015 saja pengguna *internet* mencapai 92 juta pengguna internet dan diperkirakan akan meningkat pada tahun 2020, dengan jumlah yang diprediksi sekitar 215 juta pengguna jaringan *internet* di Indonesia. Dari total pengguna *internet* tersebut total 18 juta pengguna *internet* pada tahun 2015 merupakan pembeli *online* di Indonesia. Pada tahun 2025 mendatang diprediksi sekitar 119 juta pengguna *internet* akan menjadi pembeli *online*. Maka tidak perlu heran jika hal tersebut akan meningkatkan nilai pasar *e-commerce* di Indonesia.⁴ Dengan terus meningkatnya pertumbuhan jumlah pengguna *internet* dan diiringi dengan bertambahnya jumlah pembeli pada *e-commerce* tentunya membuat setiap *marketplace* berlomba-lomba untuk menarik pembeli dengan melakukan berbagai macam cara seperti *discount event* setiap bulannya, gratis ongkos kirim, *voucher* potongan dan masih banyak lagi yang lainnya. Salah satu *marketplace* yang paling terkenal di Indonesia adalah aplikasi belanja *online* Shopee.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone* maupun *mobile* atau *website*. Shopee merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan tempat bagi yang ingin menjual barang secara *online*. Aplikasi

³ Nurhayati, "Belanja "Online" Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh)", *Aceh Antropological Jurnal*, Vol. 1, No. 2, 2019. 2.

⁴ Dedy Ansari Harahap, Dita Amanah, " Perilaku Belanja Online Di Indonesia : Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JMRSI)*., Vol. 9, No. 2, 2018. 194.

belanja *online* yang berciri khas berwarna oranye ini merupakan salah satu dari *marketplace* di Indonesia yang cukup banyak penggunanya sejak tahun 2015,⁵ dapat dilihat dari jumlah pengunduh aplikasi ini sudah melebihi 100 juta kali *download* pada Google Play Store pada pengguna *android*. Tidak mau tertinggal dengan kompetitor lainnya Shopee terus melakukan upaya agar menarik pembeli untuk berbelanja di Shopee, salah satunya yaitu dengan membuat program Shopee *Affiliates*.

Program Shopee *Affiliates* adalah suatu program yang diadakan oleh pihak Shopee yang mana menawarkan kepada siapapun yang memenuhi kriteria kemudian ingin mendaftar dan menjadi anggota program Shopee *Affiliates* tersebut untuk kemudian menjalankan sebuah tugas atau misi mempromosikan dan membagikan *link Affiliates* agar kemudian mendapat sebuah komisi atau imbalan atas pekerjaan yang dilakukan oleh anggota program Shopee *Affiliates*.⁶ Pihak Shopee akan membuka pendaftaran dengan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh pendaftar, pada saat mengisi formulir pendaftaran, setiap pendaftar yang tidak memenuhi persyaratan atau salah satu persyaratan tidak sesuai maka pihak Shopee dapat menolak pengajuan yang disampaikan oleh pendaftar dan begitu pula sebaliknya jika anggota memenuhi persyaratan maka akan diterima sebagai anggota.

Apabila sudah terdaftar menjadi anggota program Shopee *Affiliates* otomatis telah dipercayai oleh pihak Shopee untuk bergabung dan dapat

⁵ <https://careers.shopee.co.id/about>. Diakses pada tanggal 7 Oktober 2021 Pukul 22:40 WIB.

⁶ <https://shopee.co.id/m/gabungkol-affiliate-185>. Diakses pada 1 Oktober 2021 pukul 18:20 WIB.

mempromosikan produk yang dijual di aplikasi Shopee dan membagikan *link Affiliates* produk tersebut yang tersedia pada Shopee dengan berbagai persyaratan yang ada salah satunya yaitu toko penjual barang tersebut berstatus Shopee Mall, Star+, dan Star.

. Nantinya anggota program Shopee *Affiliates* tersebut akan mempromosikan dan menyebarkan *link Affiliates* produk tersebut yang ada di Shopee ke berbagai *social media*. Apabila ada yang membeli produk melalui *link Affiliates* produk yang disebarakan melalui *social media* tersebut maka anggota akan mendapatkan suatu komisi sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pihak Shopee dan sesuai dengan kinerja setiap anggota program Shopee *Affiliates*. Dengan ketentuan perhitungan komisi untuk pengguna baru 10% dan 2,5% untuk pengguna lama. Komisi akan diberikan pada tanggal-tanggal tertentu sekali dalam dua minggu dan maksimal pertransaksi sebesar Rp10.000.⁷

Fikih muamalah adalah suatu hukum-hukum yang berkaitan dengan tata cara berhubungan antar manusia, baik hubungan yang bersifat kebendaan maupaun dalam bentuk sebuah perjanjian atau perikatan,⁸ salah satunya yaitu hukum atau aktifitas yang mengatur tentang akad *ju'ālah*, yaitu akad yang kemudian memberikan imbalan atau *ja'il* kepada orang yang berhasil menyelesaikan pekerjaan yang diberikan oleh yang menyanggupi

⁷ <https://shopee.co.id/m/gabungkol-affiliate-185>. Daikses pada 1 Oktober 2021 pukul 19:20.

⁸ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: PT Remajarosdakaya, 2019). 6.

memberikan imbalan tersebut.⁹ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwasannya akad *ju'alah* sesuai dengan permasalahan pada skripsi ini yaitu pihak Shopee menjanjikan sebuah komisi apabila yang mengikuti program Shopee *Affiliates* ini melakukan pekerjaannya yaitu membagikan/mempromosikan produk yang ada di Shopee, maka komisi akan diberikan apabila ada yang membeli dari *link* barang yang dipromosikan tersebut.

Pada prakteknya setiap yang mengikuti program Shopee *Affiliates* khususnya pada 6 orang yang mengikuti program Shopee *Affiliates* pada Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan yang telah diwawancarai oleh peneliti memiliki cara yang berbeda-beda dalam melakukan promosi barangnya dan juga pihak Shopee tidak membuat peraturan yang khusus dalam mempromosikan barangnya dengan demikian menimbulkan adanya perilaku kecurangan yang dilakukan demi mendapatkan komisi yang dijanjikan. Seperti tidak jujur dalam mempromosikan barangnya, menggunakan foto *review* dari pembeli lain, dan berpura-pura memberikan testimoni seolah-olah menggunakan atau membeli barang yang akan dipromosikan padahal kenyataannya tidak membeli atau memakai barang yang dipromosikan tersebut.

Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk dilakukan sebuah penelitian yang mana akan ditinjau dengan fiqh muamalah terkait imbalan

⁹ Elma Nuraini, Sandy Rizki Febriadi, Fahmi Fatwa Rosyadi Satria Hamdani, "Analisis Fikih Muamalah terhadap Praktik Pemberian Imbalan Penjualan Sapi Kurban yang Melibatkan Pihak Ketiga", *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, Vol 2, No. 1, 2022. 178.

atau komisi yang dijanjikan oleh pihak Shopee dari program Shopee *Affiliates*, syarat dan ketentuan serta cara kerja atau dalam pelaksanaan promosi barangnya. karena itu dalam penelitian ini penulis memilih judul skripsi yang berjudul **TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP PRAKTEK PROGRAM SHOPEE *AFFILIATES* PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang di atas maka, rumusan masalah yang didapat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee?
2. Bagaimana tinjauan Fiqh Muamalah terhadap praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun penelitian ini memiliki tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan Fiqh Muamalah terhadap praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee.
2. Melihat pada rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini memiliki sejumlah manfaat bagi penulis ataupun pembaca penulisan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Dapat mengetahui praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee.
- b. Dapat mengetahui tinjauan Fiqh Muamalah terhadap praktek Program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee.
- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti lainnya yang ingin mengkaji dalam masalah tinjauan Fiqh Muamalah terhadap praktek program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee atau masalah serupa dengan yang akan dilakukan sebuah penelitian.

D. Kajian Pustaka

1. Skripsi yang disusun oleh Bakhtiar yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Periklanan Adsensecamp*” pada tahun 2014.¹⁰ Dalam penelitian ini Bakhtiar memfokuskan untuk membahas sistem bisnis periklanan adsensecamp dengan sistem PPC atau *Pay Per Click* yang kemudian akan ditinjau hukum Islamnya dengan hasil penelitiannya ditemukan bahwa terjadi kecurangan yaitu pemilik akan mengeklik iklannya sendiri, iklan yang bertentangan dengan hukum Islam.

Maka dengan demikian perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu mengenai praktek program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee yang mana imbalan atau komisi

¹⁰ Bakhtiar dengan judul, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Periklanan Adsensecamp*. (Skripsi program studi Muamalat, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014).

yang dijanjikan akan diberikan jika anggota berhasil membuat calon pembeli *checkout* barang yang ada di Shopee dari kegiatan promosi dan menyebarkan *link Affiliates* barang yang dilakukan anggota program Shopee *Affiliates* yang kemudian akan ditinjau menggunakan tinjauan fiqh muamalah.

2. Skripsi yang disusun oleh Ahmad Muhamim yang berjudul “ *Analisis Strategi Affilliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekenomi Islam* ” pada tahun 2017.¹¹ Pada penelitian ini saudara Ahmad Muhimin meneliti pada objek permasalahannya pada strategi affilIate marketing terhadap tingkat penjualan yang kemudian dianalisis dalam perspektif ekonomi Islam, yang menjadi objek penelitiannya yaitu Butik Zoya yang menerapkan strategi affiliate marketing untuk meningkatkan penjualan dengan hasil penelitian telah sesuai dengan rukun dan syaratnya dalam muamalah dengan catatan mampu bertanggungjawab apabila terjadi masalah.

Maka dengan demikian perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu mengenai praktek program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee yang mana imbalan atau komisi yang dijanjikan akan diberikan jika anggota berhasil membuat calon pembeli *checkout* barang di Shopee dari kegiatan promosi dan menyebarkan *link Affiliates* barang yang dilakukan anggota program

¹¹ Ahmad Muhamim dengan judul *Analisis Strategi Affilliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekenomi Islam* (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

Shopee *Affiliates* yang kemudian akan ditinjau menggunakan tinjauan fiqh muamalah.

3. Skripsi oleh saudari Erna Solehah yang berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Endorsment Sebagai Media Pemasaran Melalui Instagram*” pada tahun 2020.¹² Pada penelitian ini saudari Erna Sholehah membahas tentang bagaimana *Endorsment* sebagai media pemasaran melalui Instagram yang kemudian ditinjau menurut hukum ekonomi syariah. *Endorsement* merupakan sebuah jasa yang mana tugasnya mempromosikan barang dagangan yang menyewa jasanya sebagai ajang promosi. Pihak penyedia jasa *endorsement* akan mendapat imbalan setelah promosi dilakukan atau bahkan sebelumnya. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kesimpulan dari jasa *endorsement* yang dilakukan sebagai media pemasaran melalui Instagram ini masih ditemukan adanya pengguna dan penyedia jasa saling merasa dirugikan oleh salah satu pihak dan para fuqoha belum menemukan kedudukan hukum yang jelas untuk mengatur tentang hukum *endorsement* atau jual jasa.

Maka dengan demikian perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu mengenai praktek program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee yang mana imbalan atau komisi yang dijanjikan akan diberikan jika anggota berhasil membuat calon

¹² Erna Solehah dengan judul *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Endorsment sebagai Media Pemasaran Melalui Instagram* (Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah/Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

pembeli *checkout* barang di Shopee dari kegiatan promosi dan menyebarkan *link Affiliates* barang yang dilakukan anggota program Shopee *Affiliates* yang kemudian akan ditinjau menggunakan tinjauan fiqh muamalah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih m

emudahkan para pembaca dalam penulisan skripsi ini, penulis menyusun sistematika pembahsan yang mana bertujuan untuk lebih memudahkan dalam memahami pembahsan dan untuk menghindari terjadinya kerancuan setiap bab nya pada skripsi ini. Sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dimana setiap bab nya akan menjelaskan pembahsan yang lebih terperinci, sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN:

Pada bab ini berisikan tentang pendahuluan sebagai pengantar dari skripsi ini mencakup secara keseluruhan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI:

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori serta konsep yang digunakan dalam penelitian yang mana memiliki kaitannya dengan penelitian ini. Hal tersebut bertujuan sebagai suatu landasan pembahasan dan pemecahan masalah terkait dengan tinjauan fikih muamalah tentang praktek program Shopee *Affiliates* pada aplikasi belanja *online* Shopee.

BAB III METODE PENELITIAN:

Merupakan bab yang menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian pada skripsi ini meliputi jenis penelitian, obyek penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN:

Pada bab ini menjelaskan terkait hasil penelitian yang dilakukan serta kemudian analisis data yang diperoleh dari penelitian lapangan dan penelitian pustaka.

BAB V PENUTUP:

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran terkait penelitian ini. Kesimpulan merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah yang telah dianalisis sebelumnya. Serta saran yang berisikan tentang kritik dan saran penulis dari pembahasan yang telah dijelaskan.