

Tinjauan Hukum Fiqih Muamalah Terhadap Sistem Komisi dalam Program Tiktok Affiliate

Najib Muhammad Iqbal¹, Muhammad Hamdi²

Departemen Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Al-Falah As-Sunniah Kencong Jember^{1,2}
ceezi8628@gmail.com¹, hamdi@inaifas.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to review the system commission in the TikTok Affiliate program from the perspective of muamalah fiqh law. The background of this research is based on the rapid development of digital businesses and social media, especially TikTok, which opens up new economic opportunities through affiliate programs. The research method used is qualitative with a descriptive-analytical approach, involving literature studies, in-depth interviews with physicists and digital business practitioners, and analysis of documents related to the TikTok Affiliate program. The results of the study show that the system in TikTok Affiliate reflects the principles of fairness and transparency regulated in fiqh muamalah. The program allows for a proportional commission sharing with the content creator's efforts, and provides a clear and transparent monitoring mechanism. However, to ensure compliance with sharia, it is important that the products promoted by creators are halal products and that all provisions regarding commissions are explained in detail to avoid the element of gharar (uncertainty). The conclusion of this study confirms that the commission system in TikTok Affiliate can be considered in accordance with the principles of fiqh muamalah, as long as all parties involved ensure that transactions are carried out fairly, honestly, and transparently, and the products promoted are in accordance with halal provisions.

Keywords: *Affiliate, Fiqih, Law, Commission, Tiktok*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau sistem komisi dalam program TikTok Affiliate dari perspektif hukum fiqh muamalah. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perkembangan pesat bisnis digital dan media sosial, khususnya TikTok, yang membuka peluang ekonomi baru melalui program afiliasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, melibatkan studi literatur, wawancara mendalam dengan ahli fiqh dan praktisi bisnis digital, serta analisis dokumen terkait program TikTok Affiliate. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem komisi dalam TikTok Affiliate mencerminkan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi yang diatur dalam fiqh muamalah. Program ini memungkinkan pembagian komisi yang proporsional dengan usaha kreator konten, serta menyediakan mekanisme pemantauan yang jelas dan transparan. Namun, untuk memastikan kesesuaian dengan syariah, penting bahwa produk yang dipromosikan oleh kreator adalah produk halal dan semua ketentuan mengenai komisi dijelaskan secara rinci untuk menghindari unsur gharar (ketidakpastian). Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa sistem komisi dalam TikTok Affiliate dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah, selama semua pihak yang terlibat memastikan bahwa transaksi dilakukan secara adil, jujur, dan transparan, serta produk yang dipromosikan sesuai dengan ketentuan halal.

Kata kunci: *Affiliate*, Fiqih, Hukum, Komisi, Tiktok

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, kehadiran internet menawarkan alternatif bisnis yang memiliki prospek besar. Internet telah mengubah cara manusia berinteraksi, bertransaksi, dan menjalankan bisnis. Dengan kemajuan teknologi, internet telah menjadi jembatan penghubung yang menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia secara instan dan efisien. Melalui internet, informasi dapat disebarkan dengan cepat, memungkinkan pelaku bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas tanpa batas geografis. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan internet adalah adanya platform digital yang memungkinkan individu untuk menghasilkan pendapatan melalui berbagai model bisnis yang fleksibel dan modern. Platform-platform ini tidak hanya menyediakan sarana untuk berjualan produk fisik, tetapi juga menawarkan peluang dalam bentuk layanan digital, pemasaran afiliasi, konten kreatif, dan banyak lagi (Rahman, 2022).

Kemampuan internet untuk menyediakan berbagai alat dan infrastruktur yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis membuatnya semakin menarik bagi banyak orang. Dalam konteks ini, individu tidak lagi terikat oleh keterbatasan modal besar atau infrastruktur fisik yang mahal. Sebaliknya, mereka dapat memulai usaha dengan modal yang relatif kecil dan memanfaatkan platform yang tersedia untuk menjangkau pasar global. Kemudahan akses ke informasi dan sumber daya, seperti tutorial *online*, kursus gratis, dan komunitas daring, juga membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku bisnis baru (Wahyuni et al., 2024).

Internet juga memungkinkan terciptanya model bisnis yang lebih kolaboratif dan partisipatif. Dengan munculnya ekonomi *gig* dan platform berbasis komunitas, individu memiliki lebih banyak kesempatan untuk berpartisipasi dalam berbagai proyek dan usaha tanpa harus meninggalkan rumah. Fleksibilitas ini membuat model bisnis digital semakin populer di kalangan masyarakat modern, yang menghargai kebebasan dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (Machfudloh & Laily Nisa, 2024).

Salah satu media sosial yang telah mengambil peran penting dalam transformasi ini adalah TikTok. TikTok, sebagai platform berbagi video, tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga membuka peluang bagi para penggunanya untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi digital. Dengan format video pendek yang menarik dan algoritma cerdas yang dapat menghubungkan konten dengan audiens yang tepat, TikTok telah berhasil menciptakan ekosistem di mana konten kreatif dapat berkembang pesat. Pengguna dari berbagai latar belakang dapat membagikan kreativitas mereka, mulai dari tarian, komedi, tutorial, hingga *review* produk, yang semuanya dapat menarik perhatian jutaan penonton dalam waktu singkat (Wahyuni et al., 2024).

Program TikTok Affiliate adalah salah satu contoh dari upaya platform ini untuk memberdayakan penggunanya secara ekonomi. TikTok Affiliate menawarkan fleksibilitas yang tinggi bagi para penggunanya. Mereka dapat memilih produk yang sesuai dengan minat dan audiens mereka, sehingga promosi yang dilakukan terasa

lebih autentik dan efektif. Misalnya, seorang kreator yang fokus pada konten kecantikan dapat mempromosikan produk kosmetik, sementara kreator yang fokus pada konten kebugaran dapat mempromosikan suplemen kesehatan atau peralatan olahraga (Rahman, 2022). Fleksibilitas ini tidak hanya menguntungkan para kreator konten, tetapi juga menguntungkan para merek yang dapat menjangkau target pasar yang lebih spesifik dan relevan.

TikTok Affiliate mengedepankan prinsip keberlanjutan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Banyak usaha kecil dan menengah yang dapat meningkatkan visibilitas mereka melalui kemitraan dengan para kreator TikTok. Hal ini memberikan kesempatan bagi usaha-usaha tersebut untuk bersaing dengan merek-merek besar di pasar digital yang semakin kompetitif. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga menjadi mesin penggerak ekonomi yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis lokal dan meningkatkan kesejahteraan penggunanya (Machfudloh & Laily Nisa, 2024).

Melalui program ini, TikTok memberikan kesempatan bagi para kreator konten untuk bermitra dengan berbagai merek dan perusahaan. Para pengguna yang terlibat dalam program ini dapat mempromosikan produk dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang terjadi melalui link afiliasi yang mereka bagikan. Sistem ini memungkinkan para kreator untuk mendapatkan pendapatan tambahan tanpa harus membuat produk mereka sendiri atau mengelola bisnis secara langsung (Ilma & Tanzilulloh, 2023).

Sistem komisi yang diterapkan dalam program TikTok Affiliate menarik perhatian banyak pihak karena dianggap sebagai model bisnis yang adil dan saling menguntungkan. Sistem ini memungkinkan adanya kolaborasi antara pemilik produk dan *affiliate marketer*, yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama (Zulfa et al., 2023). Dalam konteks ini, *affiliate marketer* berperan dalam memasarkan produk kepada audiens yang lebih luas dan beragam, dan sebagai imbalannya, mereka mendapatkan komisi berdasarkan penjualan yang berhasil mereka hasilkan. Mekanisme ini menciptakan insentif yang kuat bagi para *marketer* untuk berusaha keras dalam mempromosikan produk, karena pendapatan mereka bergantung langsung pada hasil kerja mereka.

Namun, untuk memastikan bahwa sistem komisi ini sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, diperlukan tinjauan dari perspektif hukum fiqh muamalah. Fiqh muamalah adalah cabang hukum Islam yang mengatur tentang kegiatan muamalah atau transaksi ekonomi antar manusia, mencakup berbagai aspek mulai dari jual beli, sewa menyewa, hingga kerja sama bisnis. Prinsip-prinsip dalam fiqh muamalah harus dipatuhi agar transaksi bisnis tidak hanya sah secara hukum positif, tetapi juga halal dan sesuai dengan syariat Islam. Ini penting karena dalam Islam, setiap bentuk transaksi harus memenuhi syarat keadilan, kejujuran, dan tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian) (Zulfa et al., 2023).

Dalam konteks program TikTok Affiliate, beberapa aspek yang perlu diperhatikan dari sudut pandang fiqh muamalah termasuk kejelasan kontrak antara pemilik produk dan *affiliate marketer*, transparansi dalam pembagian komisi, serta kesesuaian produk yang dipromosikan dengan prinsip-prinsip halal. Kontrak yang

jasas dan transparan adalah fundamental dalam memastikan bahwa kedua belah pihak memahami dan menyetujui syarat-syarat kerja sama, termasuk bagaimana komisi dihitung dan dibayarkan. Selain itu, produk yang dipromosikan oleh *affiliate marketer* juga harus diperiksa agar tidak mengandung unsur yang haram menurut hukum Islam, seperti alkohol atau produk-produk yang tidak memenuhi standar kehalalan (Ilma & Tanzilulloh, 2023).

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, diperlukan penelitian yang mendalam tentang tinjauan hukum fiqih muamalah terhadap sistem komisi dalam program TikTok Affiliate. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang komprehensif mengenai kesesuaian program TikTok Affiliate dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat menjadi panduan bagi umat Islam yang ingin berpartisipasi dalam program tersebut tanpa melanggar hukum agama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk mengkaji tinjauan hukum fiqih muamalah terhadap sistem komisi dalam program TikTok Affiliate. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendalami fenomena yang kompleks dan memahami konteks serta makna dari praktik komisi dalam program tersebut. Pendekatan deskriptif-analitis digunakan untuk menggambarkan secara rinci sistem komisi dalam TikTok Affiliate dan menganalisisnya berdasarkan prinsip-prinsip fiqih muamalah (Nurmalasari & Erdiantoro, 2020). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi literatur, wawancara mendalam dengan ahli fiqih dan praktisi bisnis digital, serta analisis dokumen terkait program TikTok Affiliate. Studi literatur melibatkan penelaahan berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, dan fatwa yang berkaitan dengan fiqih muamalah dan sistem bagi hasil. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan wawasan langsung dari para ahli tentang bagaimana prinsip-prinsip fiqih muamalah diterapkan dalam konteks bisnis digital. Analisis dokumen mencakup penelaahan kebijakan dan panduan resmi dari TikTok mengenai program afiliasi mereka. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kesesuaian komisi hasil TikTok Affiliate dengan prinsip-prinsip fiqih muamalah, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang relevan dan aplikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate

Program TikTok Affiliate menawarkan sebuah mekanisme bagi hasil yang inovatif dan efektif bagi para kreator konten untuk memonetisasi aktivitas mereka di platform tersebut. Mekanisme ini melibatkan beberapa langkah penting yang memastikan kejelasan dan transparansi dalam pembagian komisi. Pada tahap awal, kreator konten yang ingin bergabung dalam program ini harus mendaftar dan menyetujui syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh TikTok. Setelah terdaftar, kreator dapat memilih produk-produk yang ingin mereka promosikan dari berbagai merek yang bermitra dengan TikTok (Mahrani & Sri Ramadhani, 2024).

Setelah memilih produk yang sesuai, kreator konten akan menerima *link* afiliasi unik yang dapat mereka bagikan di video mereka. Link ini berfungsi sebagai alat pelacak yang menghubungkan setiap penjualan yang terjadi melalui promosi tersebut dengan kreator yang bersangkutan. Ketika penonton mengklik *link* afiliasi dan melakukan pembelian, sistem TikTok secara otomatis mencatat transaksi tersebut dan mengaitkannya dengan kreator konten yang mempromosikan produk. Sistem ini memastikan bahwa setiap kreator mendapatkan komisi yang sesuai dengan kontribusi mereka dalam meningkatkan penjualan produk tersebut (Balqis & Mustofa, 2023).

Komisi yang diberikan kepada kreator biasanya merupakan persentase dari total nilai penjualan yang dihasilkan melalui *link* afiliasi mereka. Persentase ini bisa bervariasi tergantung pada kesepakatan antara TikTok, pemilik produk, dan kreator konten. Beberapa program mungkin menawarkan bonus tambahan untuk penjualan yang mencapai target tertentu atau untuk kampanye promosi yang sukses (Asy'ari et al., 2024). Dengan demikian, kreator konten memiliki insentif untuk meningkatkan kualitas promosi mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Pembayaran komisi dilakukan secara berkala, misalnya setiap bulan, dan proses ini dilakukan melalui sistem pembayaran yang aman dan transparan. TikTok menyediakan *dashboard* atau panel kontrol di mana kreator dapat memantau kinerja *link* afiliasi mereka, termasuk jumlah klik, penjualan yang dihasilkan, dan total komisi yang diperoleh. Fitur ini memberikan transparansi penuh dan memungkinkan kreator untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka berdasarkan data yang tersedia (Suryanatha, 2023).

TikTok menawarkan dukungan dan sumber daya bagi para kreator konten untuk membantu mereka memaksimalkan potensi pendapatan dari program afiliasi ini. Ini termasuk panduan tentang cara membuat konten yang efektif, *tips* pemasaran digital, dan akses ke komunitas kreator untuk berbagi pengalaman dan strategi (Balqis & Mustofa, 2023). Dengan dukungan ini, TikTok berusaha memastikan bahwa setiap kreator memiliki kesempatan yang adil untuk sukses dalam program afiliasi.

Mekanisme sistem komisi dalam program TikTok Affiliate dirancang untuk memberikan manfaat yang adil dan saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan menggunakan teknologi pelacakan yang canggih dan menyediakan alat-alat pendukung yang komprehensif, TikTok menciptakan ekosistem di mana kreator konten dapat secara efektif memonetisasi upaya mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital.

Perspektif Fiqh Muamalah terhadap Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate

Dalam perspektif fiqh muamalah, setiap bentuk transaksi ekonomi harus memenuhi prinsip-prinsip syariah agar dianggap sah dan halal. Prinsip-prinsip ini mencakup keadilan, kejujuran, transparansi, serta ketiadaan unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Sistem komisi dalam program TikTok Affiliate perlu dianalisis dari sudut pandang ini untuk memastikan bahwa praktik bisnis yang dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah (Renata, 2023).

Salah satu prinsip utama dalam fiqh muamalah adalah keadilan. Sistem komisi dalam program TikTok Affiliate, di mana kreator konten mendapatkan persentase dari penjualan yang mereka hasilkan, pada dasarnya mencerminkan prinsip keadilan ini. Komisi yang diterima oleh kreator konten adalah imbalan yang proporsional dengan usaha mereka dalam mempromosikan produk. Selama persentase komisi yang diberikan disepakati oleh kedua belah pihak dan tidak ada pihak yang dirugikan, sistem ini dapat dianggap adil dan sesuai dengan syariah (Sholichah et al., 2024).

Prinsip lain yang penting dalam fiqh muamalah adalah kejujuran dan transparansi. Dalam program TikTok Affiliate, penting bagi semua kontrak dan kesepakatan antara TikTok, pemilik produk, dan kreator konten untuk dilakukan dengan jelas dan transparan. Kreator harus mengetahui secara rinci tentang persentase komisi, cara perhitungan komisi, dan waktu pembayaran komisi. TikTok telah menyediakan *dashboard* yang memungkinkan kreator untuk memantau kinerja *link* afiliasi mereka secara real-time, yang membantu memenuhi prinsip transparansi dalam transaksi (Nurvianti & Hartiningtyas, 2023).

Aspek gharar atau ketidakpastian juga harus dihindari. Dalam konteks program TikTok Affiliate, ini berarti bahwa semua detail terkait dengan komisi dan pembayaran harus dijelaskan dengan jelas di awal. Ketidakpastian mengenai jumlah komisi atau ketentuan pembayaran dapat menyebabkan transaksi menjadi tidak sah menurut hukum Islam (S et al., 2024). Oleh karena itu, memastikan bahwa semua ketentuan sudah jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak sejak awal adalah langkah penting untuk menghindari gharar.

Dalam hal produk yang dipromosikan, fiqh muamalah juga menekankan bahwa produk tersebut harus halal dan tidak mengandung unsur haram. Kreator konten yang terlibat dalam program afiliasi harus memastikan bahwa produk yang mereka promosikan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Produk yang mengandung alkohol, babi, atau unsur haram lainnya tidak boleh dipromosikan (Ramadhani et al., 2023). Hal ini penting untuk menjaga agar pendapatan yang diperoleh dari komisi tetap halal dan sesuai dengan ketentuan syariah.

Prinsip keempat adalah ketiadaan unsur maysir atau perjudian. Sistem komisi yang diterapkan dalam program TikTok Affiliate tidak mengandung unsur maysir, karena pendapatan yang diperoleh kreator adalah hasil dari usaha nyata mereka dalam mempromosikan produk. Tidak ada elemen spekulasi atau taruhan dalam proses ini, sehingga sistem ini dapat dianggap sesuai dengan syariah dari sudut pandang ini (Alkaosar et al., 2023).

Secara keseluruhan, sistem komisi dalam program TikTok Affiliate dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah selama memenuhi kriteria keadilan, kejujuran, transparansi, dan ketiadaan unsur riba, gharar, dan maysir. Dengan demikian, kreator konten Muslim dapat berpartisipasi dalam program ini dengan tenang, asalkan mereka memastikan bahwa semua aspek transaksi mematuhi ketentuan syariah. Penelitian dan panduan lebih lanjut dari ulama dan ahli fiqh dapat membantu memastikan bahwa setiap detail dalam mekanisme komisi ini benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Analisis Sistem Komisi dalam Program TikTok Affiliate menurut Perspektif Fiqh Muamalah

Program TikTok Affiliate, yang memungkinkan kreator konten untuk memperoleh pendapatan melalui komisi dari penjualan produk, memerlukan analisis mendalam dari perspektif fiqh muamalah untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Fiqh muamalah, sebagai cabang hukum Islam yang mengatur transaksi ekonomi, menekankan pada beberapa prinsip kunci seperti keadilan, kejujuran, transparansi, serta ketiadaan unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Setiap transaksi harus dilihat melalui lensa ini untuk memastikan bahwa ia halal dan sah menurut hukum Islam (Ilma & Tanzilulloh, 2023).

Prinsip pertama yang perlu dipertimbangkan adalah keadilan. Dalam konteks TikTok Affiliate, keadilan tercermin dalam mekanisme pembagian komisi yang proporsional dengan usaha yang dilakukan oleh kreator konten. Sistem ini mengalokasikan komisi berdasarkan penjualan yang berhasil dihasilkan oleh kreator, yang berarti bahwa pendapatan mereka sebanding dengan kontribusi mereka (Zulfa et al., 2023). Hal ini memenuhi prinsip keadilan dalam fiqh muamalah karena tidak ada pihak yang dirugikan; baik kreator maupun pemilik produk mendapatkan manfaat yang sesuai dengan kontribusi masing-masing. Namun, untuk benar-benar memastikan keadilan, persentase komisi dan syarat-syarat kerja sama harus disepakati secara jelas dan adil sejak awal (Mahrani & Sri Ramadhani, 2024).

Prinsip kedua adalah kejujuran dan transparansi. Program TikTok Affiliate menyediakan *dashboard* yang memungkinkan kreator untuk memantau performa *link* afiliasi mereka secara *real-time*, mencakup jumlah klik, konversi penjualan, dan komisi yang dihasilkan. Transparansi ini sangat penting dalam fiqh muamalah, karena semua pihak yang terlibat harus memiliki pemahaman yang jelas tentang bagaimana komisi dihitung dan dibayarkan. Kejelasan dalam perjanjian dan laporan yang transparan memastikan bahwa tidak ada penipuan atau misrepresentasi yang terjadi, yang merupakan salah satu syarat sahnya transaksi dalam Islam (Balqis & Mustofa, 2023).

Ketiga, fiqh muamalah melarang adanya gharar atau ketidakpastian dalam transaksi. Dalam program TikTok Affiliate, ini berarti bahwa semua ketentuan mengenai komisi dan pembayaran harus dijelaskan dengan rinci sejak awal. Ketidakpastian mengenai jumlah komisi atau syarat pembayaran dapat membuat transaksi menjadi tidak sah menurut syariah. Oleh karena itu, TikTok perlu memastikan bahwa seluruh mekanisme komisi dijelaskan secara rinci dalam panduan program dan bahwa tidak ada elemen yang bisa menyebabkan ketidakpastian bagi para kreator konten (Asy'ari et al., 2024; Suryanatha, 2023).

Selain itu, penting untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan melalui *link* afiliasi adalah produk yang halal dan tidak mengandung unsur haram. Dalam fiqh muamalah, promosi produk yang tidak halal akan membuat pendapatan yang diperoleh dari komisi tersebut menjadi tidak halal. Kreator konten harus bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka pilih untuk dipromosikan sesuai dengan ketentuan halal (Renata, 2023). TikTok juga dapat membantu dengan memberikan panduan atau filter khusus untuk produk halal,

sehingga memudahkan kreator dalam memilih produk yang sesuai dengan syariah (Sholichah et al., 2024).

Prinsip terakhir yang harus dipertimbangkan adalah ketiadaan unsur maysir atau perjudian. Sistem komisi dalam TikTok Affiliate tidak mengandung unsur maysir, karena pendapatan yang diperoleh kreator adalah hasil dari usaha nyata mereka dalam mempromosikan produk, dan bukan dari elemen spekulatif atau taruhan. Komisi diberikan berdasarkan kinerja nyata, bukan atas dasar keberuntungan atau spekulasi, sehingga sistem ini sesuai dengan prinsip syariah dari sudut pandang ini (Nurvianti & Hartiningtyas, 2023).

Analisis sistem komisi dalam program TikTok Affiliate menunjukkan bahwa secara umum, sistem ini dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah selama memenuhi kriteria keadilan, kejujuran, transparansi, serta ketiadaan unsur riba, gharar, dan maysir. Namun, implementasi yang tepat dan pemantauan terus-menerus diperlukan untuk memastikan bahwa setiap aspek transaksi tetap mematuhi ketentuan syariah. Pendekatan ini akan membantu para kreator konten Muslim untuk berpartisipasi dalam program ini dengan keyakinan bahwa mereka tidak melanggar prinsip-prinsip agama (Machfudloh & Laily Nisa, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang tinjauan hukum fiqh muamalah terhadap sistem komisi dalam program TikTok Affiliate, dapat disimpulkan bahwa sistem ini pada dasarnya dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah jika memenuhi beberapa syarat penting. Program TikTok Affiliate, yang memungkinkan kreator konten memperoleh komisi dari penjualan produk melalui *link* afiliasi, menunjukkan potensi keadilan dalam pembagian hasil, kejujuran, dan transparansi yang jelas dalam mekanisme pelaporan dan pembayaran. Namun, untuk memastikan kesesuaian penuh dengan hukum fiqh muamalah, penting bahwa semua kontrak dan kesepakatan antara TikTok, pemilik produk, dan kreator konten dilakukan dengan jelas dan transparan, menghindari ketidakpastian (*gharar*), serta memastikan produk yang dipromosikan adalah halal. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah tersebut, program TikTok Affiliate dapat berfungsi sebagai model bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga memenuhi standar etika dan keagamaan yang tinggi, memberikan ketenangan bagi para pelaku bisnis Muslim dan meningkatkan kredibilitas program di mata masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkaosar, B., Zahirah Azhar, J., Komang Mirawardani, I., Salsabila Suparman, N., Dwi Astuti, W., & Azizah, N. (2023). Analisis Penggunaan Tiktok Affiliate Terhadap Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen di Tiktok Shop. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1, 1. <https://abadiinstitute.org/index.php/JUMAWA>
- Asy'ari, H., Abrori, F., Tinggi, S., Islam Banyuwangi, E., Islam, A., & Situbondo, N. H. (2024). Analisis Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate Marketing pada Marketplace Tiktokshop. *Jurnal HUKUM Ekonomi Syari'ah*, 1(1).

- Balqis, S. S., & Mustofa, A. A. (2023). Analisis Program Tiktok dan Shopee Affiliate Perspektif Masalah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3581. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10878>
- Ilma, E. F., & Tanzilulloh, M. I. (2023). Problem Shopee Affiliates Program di Aplikasi Shopee: An Islamic Law Perspective. *Jurnal Antologi Hukum*, 3(2), 217–234. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v3i2.2601>
- Machfudloh, N. A., & Laily Nisa, F. (2024). Analisis Affiliate Marketing Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)*, 1(2).
- Mahrani, W., & Sri Ramadhani, N. (2024). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Shopee Affiliates Program di Aplikasi Shopee. *Jurnal Al-Qadhi*, 1(2).
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Nurvianti, R., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer dan Affiliate Marketing pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 2715–1913. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6649>
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Ramadhani, K., In, C., & Taruna Wijaya, A. (2023). Short Video Endorse , Program Afiliasi Melalui Trust dan Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Platform Tiktok di Indonesia. *Miftah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1). <https://sunanbonang.org/index.php/mift>
- Renata, D. A. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Skincare Brand Sheriz pada Marketplace Tik Tok Shop dengan Sistem Affiliate. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 2(1). <http://hawalah.staiku.ac.id>
- S, K., Permana, V. W., & Intan, A. S. (2024). Pelatihan Penjualan Produk Menggunakan E-Commerce Tiktok Affiliate Pada Ibu-Ibu PKK Kampung Jaya Tinggi, Way Kanan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(7). <https://ejournal.jurnalpengabdiansosial.com/index.php/jps>
- Sholichah, M. A., Mustofa, I., & Rohmah, E. I. (2024). Konsep Ji'alah dalam Perspektif Imam Al-Nawawi Terhadap Sistem Upah dalam Program Afiliasi Tiktok. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Keislaman*, 12(1).
- Suryanatha, I. B. (2023). Studi Kasus Tik-Tok Affiliate Sebagai Wajah Baru Consumer To Consumer (C2C) dalam Ranah Ekonomi Digital. *Edusociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1). www.kompas.com,

- Wahyuni, Su'un, M., & Pramukti, A. (2024). Jual Beli dalam Praktik Affiliate Marketing Pada E-Commerce Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Shopee Indonesia). *YUME: Journal of Management*, 7(1), 293–306.
- Zulfa, N., Millah, N. N., Nuratin, N., & Novitasari, K. (2023). Konsep Maqashid Syariah dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok dengan Landasan Etika Bisnis Islam. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 79–94. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>