

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan teknologi informasi ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pemasaran. Adanya dukungan *internet* yang memadai di setiap tempat masyarakat terdorong untuk beralih ke gaya hidup digital, termasuk dalam berbelanja secara *online* (Suryanatha 2023, 374).

Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah iktok, yang tidak hanya berfungsi sebagai media sosial untuk berbagi video, tetapi juga sebagai sarana pemasaran melalui program Tiktok *afiliasi*. Program Tiktok *afiliasi* memungkinkan pengguna program, terutama pembuat konten, untuk mempromosikan produk dan mendapatkan imbalan atau komisi dari setiap penjualan yang dihasilkan melalui jasa *afiliasi* mereka. Namun, meskipun program ini menawarkan peluang yang menarik, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi fenomena sosial didalam masyarakat terutama dari perspektif hukum islam. Salah satu akad yang relevan dalam konteks ini adalah akad *ju'alah*, yang merupakan perjanjian antara pihak yang memberikan imbalan dan pihak yang melakukan suatu pekerjaan atau usaha jasa untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam pelaksanaan program Tiktok *afiliasi*, fenomena muncul di dalam masyarakat, masyarakat ragu tentang sah dan halalnya pekerjaan ini dan sejauh mana akad *ju'alah* dapat diterapkan dalam hubungan antara pembuat konten dan perusahaan yang menawarkan produk. Dalam hubungan ini perlu dilakukan kajian lebih lanjut untuk menentukan kesesuaian pengguna program Tiktok *afiliasi* dengan prinsip akad *ju'alah* dalam Islam. Beberapa aspek yang menjadi perhatian dalam fenomena ini adalah kejelasan, keseimbangan imbalan yang diterima oleh *afiliator*, serta transparansi dalam perjanjian antara pihak yang terlibat,

dan beberapa kemungkinan tentang adanya unsur *gharar* (ketidakpastian), *riba* atau *maysir* (judi) dalam pelaksanaan program tersebut (Karim 2015,18).

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dan ditinjau meliputi apa saja kejelasan syarat dan ketentuan dalam tiktok program afiliasi, transparansi dalam penyampaian informasi, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Selain itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan akad *ju'alah* dapat terlaksana sesuai bagaimana mestinya dan terlindungan oleh hukum bagi semua pihak yang terlibat, serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen.

Di dalam pedoman umat islam yaitu Al qur'an terdapat dasar hukum mengenai akad ini yaitu pada firman Allah dalam Al-Qur'an:

قُولُونَ أَفَقَدْ أَخَذَهُ أَحَدٌ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ إِنَّا لَمَسْتُكَونَ أَحَدٌ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ

Artinya: "Dan bagi siapa yang membawa berita, maka ia berhak mendapatkan imbalan (*ju'alah*).\" (QS. Yusuf: 72).

Ayat tersebut berkaitan dengan kisah nabi Yusuf dan situasi yang dihadapinya. Dalam konteks ayat ini, Yusuf meminta agar orang yang membawa berita tentang barang-barang yang hilang (dalam hal ini, barang-barang yang dibawa oleh saudara-saudaranya) mendapatkan imbalan. Ayat ini menjelaskan tentang pentingnya memberikan imbalan kepada orang yang membawa informasi atau berita yang bermanfaat. Ini juga mencerminkan prinsip keadilan dan penghargaan terhadap usaha orang lain dalam menyampaikan informasi yang dapat membantu orang lain. Dalam konteks yang lebih luas, ayat ini dapat diartikan sebagai pengakuan terhadap kontribusi individu dalam masyarakat dan pentingnya memberikan penghargaan yang layak dan seimbang atas jasa, usaha dan kerja keras mereka. Secara keseluruhan, ayat ini mengajarkan nilai-nilai keadilan, transparansi, penghargaan, dan pentingnya komunikasi yang baik dalam interaksi sosial.

Selain itu ada pula, hadis Rasulullah SAW juga mendukung konsep *ju'alah*, dari Abu Sa'id Al-Khudri yaitu *radhiyallahu 'anhu*

أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ - كَانُوا فِي سَفَرٍ فَمَرُّوا بِحَيٍّ مِنْ أَخْيَاءِ الْعَرَبِ فَاسْتَضَافُوهُمْ فَلَمْ يُضِيفُوهُمْ. فَقَالُوا لَهُمْ هَلْ فِيكُمْ رَاقٍ فَإِنْ سَيِّدَ الْحَيِّ لَدِيعٌ أَوْ مُصَابٌ. فَقَالَ رَجُلٌ مِنْهُمْ نَعَمْ فَأَتَاهُ فَرَقَاهُ بِفَاتِحَةِ الْكِتَابِ فَبَرَأَ الرَّجُلُ فَأَعْطِيَ قَطِيعًا مِنْ غَنَمٍ فَأَبَى أَنْ يَقْبَلَهَا. وَقَالَ حَتَّى أَذْكَرَ ذَلِكَ لِلنَّبِيِّ ﷺ -. فَأَتَى النَّبِيَّ ﷺ - فَذَكَرَ ذَلِكَ لَهُ. فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَاللَّهِ مَا رَقِيتُ إِلَّا بِفَاتِحَةِ الْكِتَابِ. فَتَبَسَّمَ وَقَالَ « وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ ». ثُمَّ قَالَ « خُذُوا مِنْهُمْ وَاضْرِبُوا لِي بِسَنَمِهِمْ مَعَكُمْ »

Artinya: Bahwa ada sekelompok sahabat Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam dahulu berada dalam safar (perjalanan jauh), lalu melewati suatu perkampungan Arab. Saat itu, mereka meminta untuk dijamu, namun penduduk kampung tersebut enggan untuk menjamu. Penduduk kampung tersebut lantas berkata kepada para sahabat yang mampir, "Apakah di antara kalian ada yang bisa meruqyah (melakukan pengobatan dengan membaca ayat-ayat Al-Qur'an,) karena pemimpin kampung ini tersengat binatang atau terserang demam." Di antara para sahabat lantas berkata, "Iya, ada." Lalu, salah seorang sahabat pun mendatangi pemimpin kampung tersebut dan ia meruqyahnya dengan membaca surah Al-Fatihah. Akhirnya, pemimpin kampung tersebut sembuh. Lalu, yang membacakan ruqyah tadi diberikan seekor (dalam riwayat lain potongan daging) kambing, namun ia enggan menerimanya - dan disebutkan-, ia mau menerima sampai kisah tadi diceritakan pada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam. Lalu, ia mendatangi Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dan menceritakan kisahnya tadi pada beliau. Ia berkata, "Wahai Rasulullah, aku tidaklah meruqyah, kecuali dengan membaca surah Al-Fatihah saja." Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam lantas tersenyum dan berkata, "Bagaimana engkau bisa tahu Al-Fatihah adalah ruqyah (artinya: bisa digunakan untuk meruqyah,)?" Beliau pun bersabda, "Ambil kambing tersebut dari mereka dan potongkan untukku sebagiannya bersama kalian." (HR. Bukhari no. 5736 dan Muslim no. 2201).

Sebagaimana disebutkan dalam riwayat Abu Sa'id Al-Khudri tentang imbalan bagi seseorang yang menyembuhkan orang sakit dengan bacaan Al-Fatihah, yang kemudian diberi hadiah berupa kambing oleh kepala suku tersebut. Rasulullah SAW membenarkan transaksi ini dan menyebutnya sebagai bentuk *ju'alah* yang sah dalam Islam (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam penerapan pedoman umat islam ini terhadap program Tiktok *afiliasi*

tentu menghadapi beberapa tantangan kita bisa melihat studi kasus nya di kota Padang.

Tiktok telah menjadi platform penting bagi masyarakat kota Padang, terutama dalam hal pemasaran, informasi, dan interaksi social, tiktok berkembang pesat dan mulai dimanfaatkan oleh pengguna untuk mendapatkan penghasilan melalui berbagai fitur, termasuk program *afiliasi*. Fenomena ini menarik perhatian masyarakat karena memberikan kesempatan ekonomi baru, terutama bagi kalangan muda dalam penggunaanya yang memiliki jangkauan luas dan efektif. Program tiktok afiliasi memungkinkan pengguna mendapatkan imbalan atau hadiah dengan mempromosikan produk tertentu, yang secara signifikan mengubah pola perilaku pemasaran tradisional di kota ini.

Di Kota Padang yang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam, penerapan konsep akad atau kontrak dalam aktivitas ekonomi perlu menjadi perhatian, termasuk dalam pemasaran di program Tiktok *afiliasi*. Akad *ju'alah* sebagai salah satu bentuk akad dalam Islam perlu kita tinjau apakah akad tersebut berjalan dengan baik dan sebagaimana mestinya. Seperti halnya pada perjanjian yang melibatkan pemberian imbalan atau hadiah kepada seseorang yang berhasil menyelesaikan tugas tertentu. Dalam konteks Tiktok *afiliasi*, konsep ini bisa menjadi landasan untuk memahami praktik *afiliasi* tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang menjadi mayoritas keyakinan masyarakat kota Padang. Serta tinjauan terhadap kehalalan suatu pekerjaan dan kesesuaian kontrak serta akad dengan nilai-nilai keislaman.

Ekonomi digital di kota Padang, termasuk fenomena percepatan ekonomi yang efektif dan efisien mudah di jangkau dan dilaksanakan khususnya program Tiktok *afiliasi* di kota Padang. Pelaku usaha lokal kini banyak menggunakan Tiktok *afiliasi* sebagai strategi pemasaran. Pelaku usaha ini menggunakan para *influencer* dan pengguna Tiktok lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. *Influencer* adalah seseorang yang memiliki

kemampuan menggerakkan orang lain dalam jumlah banyak, untuk melakukan suatu tindakan tertentu, biasanya melalui media sosial seperti instagram, youtube, Tiktok, dan lainnya. Syarat menjadi seorang *influencer* tidak lah rumit cukup memiliki akun media sosial dan mempunyai jangkauan luas dan pengaruh yang luas terhadap *viewer*. Mereka memiliki basis pengikut yang besar dan aktif, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian atau tindakan lainnya (kotler dan keller 2016, 16).

Pengguna tiktok lokal adalah individu yang aktif menggunakan aplikasi tiktok di wilayah tertentu, dengan fokus pada konten afiliasi yang relevan dan menarik bagi komunitas sekitar. Syarat menjadi pengguna tiktok lokal tidak susah hanya perlu meliki akun Tiktok dan mampu melakukan promosi dengan baik dan relevan tanpa harus memili jangkauan yang besar. Meskipun jangkauan terbatas, pengguna ini sering kali terdiri dari generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi dan media sosial, serta memiliki minat yang kuat terhadap budaya karakteristek di daerah mereka serta isu-isu lokal lainnya. Untuk menarik perhatian masyarakat di daerah tersebut, strategi pemasaran yang efektif dapat mencakup pembuatan konten yang mencerminkan nilai-nilai lokal, kolaborasi dengan kreator lokal, dan penggunaan *hashtag* yang relevan. Pengguna tiktok lokal juga memberikan manfaat bagi komunitas lokal, seperti meningkatkan kesadaran budaya, menciptakan peluang bisnis bagi usaha kecil, dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial (Brown 2020, 78). Penelitian ini memakai sampel *purposive* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini sampel diambil dari kalangan *influencer* dan pengguna tiktok lokal. Pengguna tiktok lokal dan *influencer* bisa dikatakan *afilior* jika mengikuti program *tikotk* afiliasi, tetapi tidak seluruh *afilior* adalah *influencer* karena tidak memenuhi jumlah pengikut dan *viewer*, ada juga hanya seorang pengguna tiktok lokal saja yang memiliki jangkau dan pengarus terbatas terhadap *viewer* (sugiyono 2019,85).

Pertimbangan pada pengambilan sampel ini adalah perwakilan terhadap beberapa kalangan antara kalangan *influencer* dan pengguna tiktok lokal yang mengikuti program *tiktok* afiliasi di kota Padang. Beberapa pelaku bisnis pengguna Tiktok *afiliasi* di kota Padang yang sudah mulai memanfaatkan program Tiktok *afiliasi* yaitu:

Tabel 1.1
Pengguna Tiktok afiliasi kota Padang

No	Nama Pengguna Tiktok Afiliasi
1.	@House of smith
2.	@dindaaa02s
3.	@skipiwwgankk
4.	@Muson_25
5.	@ecchaayaang
6.	@romiiii99
7.	@Vella_shvnrr
8.	@dvmrtha

Sumber: Media sosial tiktok

Di dalam mengidentifikasi studi kasus ini kita telah melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber *influencer* di kota Padang dan pengguna Tiktok lokal. Rionladi adalah seorang *influencer* yang menjalankan akun Tiktok afiliasi yang bernama @House of Smith. Rionaldi berusia 24 tahun dengan jumlah pengikut mencapai 10.600 orang ia telah bergabung dengan program Tiktok afiliasi selama tiga tahun belakang dan kerap mempromosikan produk outfit kekinian, fashion, serta *dresscode*. Wawancara ini bertujuan untuk memahami pandangannya mengenai imbalan yang didapat yang berkaitan dengan akad *ju'alah* dan pelaksanaan program Tiktok afiliasi Serta bagaimana pandaganya terhadap unsur *riba*, judi, atau praktik yang tidak sesuai dengan prinsip Islam di dalam program Tiktok afiliasi. Rionaldi menceritakan bahwa ia mulai bergabung dengan program ini setelah melihat banyak teman yang sukses dalam bidang tersebut. Ia mendapatkan hadiah berdasarkan jumlah penjualan yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi-nya. Meski begitu, ia pernah mengalami keterlambatan dalam pencairan hadiah dan ketidak jelasan suatu hadiahnya, meskipun pada akhirnya tetap diberikan. Terkait kehalalan hadiah, Rionaldi mengungkapkan

bahwa ia masih memiliki keraguan, terutama mengenai transparansi sistem dan akad yang digunakan. Wawancara ini bersifat *eksploratif* dan dapat dikembangkan lebih lanjut berdasarkan respons yang diberikan oleh narasumber (Rionaldi 2024)

Salah satu pengguna tiktok lokal di kota padang yang kita wawancarai yaitu pemilik akun @dindaaa02 yaitu Dinda berusia 21 tahun dengan jumlah pengikut mencapai 4.393 orang. Dia telah bergabung dengan program Tiktok afiliasi selama dua tahun belakang dan kerap mempromosikan produk kecantikan, alat konten dan *fashion*. Wawancara ini bertujuan untuk memahami pandangannya mengenai Tiktok afiliasi dikalangan pengguna Tiktok lokal dan kesesuaian dengan pedoman umat Islam. Dinda menceritakan praktik promosi yang dia lakukan adalah membuat video yang relevan dengan produk yang akan dijual. Gaya konten lokal yang dibawa memberi pengalaman promosi yang menarik, menjadi hiburan bagi beberapa kalangan disamping praktek promosi produk Tiktok afiliasi yang dilakukan. Namun pelaksanaan pemberian hadiah memiliki kekhawatiran mengenai sistem hadiah yang ia peroleh dari Tiktok afiliasi. Ia mempertanyakan apakah skema ini benar-benar halal dan bebas dari unsur riba atau ketidakjelasan karena ada algoritma yang naik turun. Wawancara ini bersifat *eksploratif* dan dapat dikembangkan lebih lanjut berdasarkan respons yang diberikan oleh narasumber (Sofia 2024, 19).

Masyarakat kota Padang dihadapkan pada tantangan untuk memahami dan menilai apakah program Tiktok afiliasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Karena Tiktok afiliasi adalah model bisnis baru, masyarakat perlu mengeksplorasi apakah struktur imbalan ini sesuai dengan *akad ju'alah* dalam islam atau mengandung unsur yang mungkin bertentangan dengan ajaran islam. Maka dari itu, penelitian ini penting untuk meninjau bagaimana konsep akad *ju'alah* diaplikasikan oleh pengguna program Tiktok afiliasi di Kota Padang yang mestinya harus secara legal dan religius terhadap fenomena program Tiktok afiliasi (Sutedjo 2007, 1).

Berdasarkan permasalahan yang melatar belakangi tulisan ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Akad Ju’alah Terhadap Pengguna Program Tiktok Afiliasi di kota Padang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan afilisi yang dilakukan oleh pengguna program Tiktok afiliasi yang di praktek di kota Padang sesuai dengan hukum islam yaitu akad *ju’alah*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian dalam pembahasan ini adalah:

1. Bagaimana praktik Tiktok afiliasi terhadap pengguna program Tiktok afiliasi kota Padang?
2. Bagaimana tinjauan akad *ju’alah* terhadap pengguna program Tiktok afiliasi kota Padang?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam pembahasan ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan praktek Tiktok afiliasi terhadap pengguna Tiktok afiliasi kota Padang.
2. Untuk menganalisis akad *ju’alah* terhadap pengguna Tiktok afiliasi kota Padang dari pihak program Tiktok afiliasi.

1.5. Signifikasi Masalah

Adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam pembahasan ini adalah:

1. Pengembangan Keilmuan

Penelitian ini spesifikasinya membahas tentang tinjauan pelaksanaan suatu akad dalam transaksi jual beli yaitu akad *ju’alah*

terhadap para pengguna program tiktok afiliasi dikota padang yang dimana mengidentifikasi akad dalam suatu transaksi jual beli yang sesuai dengan Hukum islam dengan praktek yang dilakukan oleh para pengguna program afiliasi tiktok dikota padang.

2. Secara Akademis

Penelitian ini bertujuan meninjau pelaksanaan program tiktok afiliasi yang prakteknya dilakukan oleh para influencer dan pengguna tiktok sesuai dengan hukum islam salah satunya akad *ju'alah* sehingga kita bisa mengetahui hukum tentang hal dan menambah pengetahuan penulis dan pembaca nantinya dalam memahami program tiktok afiliasi dari huku islam yaitu akad *ju'alah*

1.6. Studi Literatur

Penelitian terdahulu dibutuhkan untuk membandingkan perbedaan dan persamaan dengan penelitian lain dari teori dalam melakukan pembahasan pada masalah yang sama, selain itu penelitian terdahulu digunakan untuk melihat keaslian penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang peneliti temukan:

1. Syaniyatus Zulfav (2020) melakukan penelitian berupa jurnal di Universitas Tidar dengan jurusan ilmu Administrasi Negara yang berjudul "Pandangan Hukum Islam *Ju'alah* Terhadap Sistem Komisi Pada Program afiliasi Tiktok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain *Library Research*. Penelitian ini berfokus tentang afiliasi dalam Tiktok *shop* dan hukum islam, serta bagaimana afiliasi tersebut sah menurut syariat islam. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa program Tiktok afiliasi dapat berjalan sesuai dengan hukum *ju'alah* jika dilakukan sesuai syariat islam tergantung versi penerapannya yang berpedoman ke pada rukun dan syariat islam.
2. Penelitian oleh Puspa Marini (2021) yang berjudul "Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi Tiktok (Studi

Kasus Di Banjarnegara)”. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deduktif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa akad yang digunakan oleh produsen dengan seleb aplikasi Tiktok adalah akad *ijarah* dan kerja sama serta penghasilan yang dilakukan oleh produsen dengan seleb Tiktok sudah sesuai dengan rukun dan syarat dalam akad *Ijarah*.

3. Penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee *Affiliate* di Media Sosial” yang dilakukan oleh Ita Yaniya (2021). Penelitian tersebut dilakukan untuk mengkaji kedudukan akad antara Shopee dan member *Affiliate* pada program *Shopee Affiliate* dan mekanisme pemanfaatan konten promosi pada program *shopee Affiliate* di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *Shopee Affiliate* termasuk kategori akad *ju'alah* dan pemanfaatan konten promosi yang menggunakan video milik orang lain untuk dikomersialkan guna mendapat keuntungan pribadi dikategorikan sebagai tindakan *ghasab* karena menyebabkan kerugian.
4. Ria Listika Dewi (2022) melakukan penelitian untuk skripsinya di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Perolehan Komisi *Live Streaming* Tiktok (Studi Pada *Host Talent* Tiktok Di Kosan Ar-Rahma Sukarame Bandar Lampung)”. Skripsi ini menjelaskan proses perolehan komisi *Live Streaming* pada aplikasi Tiktok serta untuk mengetahui tinjauan hukum Islam tentang perolehan komisi *Live Streaming* Tiktok Penelitian menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan analisis data yang dilakukan secara kualitatif dengan metode deduktif. Hasil penelitian ini yaitu proses perolehan komisi atau upah pada *live streaming* di aplikasi Tiktok dalam Hukum Islam diperbolehkan karena sesuai dengan ketentuan Allah SWT dalam Q.S. Yusuf ayat 72 dan sudah sesuai dengan rukun dan syarat yang ada dan tidak ada suatu unsur paksaan apapun.

5. Penelitian lainnya dilakukan oleh Arina Nur Azizah (2022) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang Dalam Shopee *Affiliate* Program Pada Aplikasi Shopee”. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penggunaan aplikasi penghasil uang dalam *Shopee Affiliates* program sudah memenuhi unsur dan syarat sesuai dengan teori yang digunakan yaitu akad *ju'alah*

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan peneliti ini memiliki perbedaan objek dan fokus kajian kepada *akad ju'alah*, ada yang mengkaji secara sistem, ada yang mengkaji secara hukum dan perbedaan konteks yang tidak mendalam dan tidak berfokus ke praktek dan pelaksanaan akad *ju'alah*.

1.7. Landasan Teori

1.7.1 *Ju'alah*

Ju'alah berasal dari kata “*al-ju'lu*” yang berarti “upah” dan dalam hukum islam, *ju'alah* mengacu pada komitmen atau janji, bertindak untuk memberikan sejumlah uang atau imbalan lain untuk melakukan pekerjaan tertentu. *Ju'alah* sering juga disebut *Ja'alah*, *Ji'alah*, atau *Ja'ilah*. *Ju'alah* menurut etimologi, adalah memberikan uang kepada orang lain yang telah melakukan pekerjaan untuknya, misalnya seseorang berkata “Barang siapa yang dapat menyembuhkan kaki saya dari sengatan ular, maka akan kuberikan uang 300.000”. Apabila ada orang yang dapat menyembuhkan kaki dari si pemberi sayembara maka akan mendapatkan hak yang telah dijanjikan.

Menurut hukum islam, akad *Ju'alah* adalah salah satu akad yang muncul sebagai solusi alternatif untuk pelayanan jasa yang tidak diperoleh berdasarkan *ijarah* berdasarkan hukum islam, karena itu ada hal hal tertentu dalam akad *ju'alah* yang tidak ada dalam akad *ijarah*, seperti ketidakjelasan legalitas dalam *ju'alah* yang pada pekerjaan atau pelaku.

Dalam keadaan *Al-Ju'alah* harus ditentukan uang atau barang, dan tidak seorang pun boleh menerima uang atau harta benda sebelum menyelesaikan pekerjaan. (Suhendi 2014, 207)

1.7.2 Program Tiktok Afilasi

Program Tiktok *afiliasi* adalah program yang memberikan peluang bagi pengguna Tiktok untuk menghasilkan uang dengan mempromosikan produk dari berbagai *seller* toko di *tiktok*. Dalam program ini, kreator dapat menerima komisi atas penjualan yang dihasilkan dari promosi mereka. Dengan fleksibilitas yang ditawarkan, pengguna dapat bekerja kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan *smartphone* dan koneksi internet. Untuk bergabung, pengguna harus mendaftar sebagai *afiliator*, mendapatkan kode unik dari *seller* toko Tiktok, dan mulai mempromosikan produk melalui konten video yang menarik. Setelah itu, *seller* toko Tiktok akan melacak penjualan yang berasal dari link *afiliasi* dan memberikan komisi kepada *afiliator*. Keuntungan dari Tiktok *afiliasi* termasuk potensi pendapatan pasif, fleksibilitas dalam bekerja, dan kemungkinan konten menjadi viral, yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas (khamis 2021, 45)

1.8. Metode Penelitian

1.1.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini bersifat normatif *empiris*, normatif sebuah jenis penelitian hukum, hukum islam dipandang sebagai pedoman hukum dalam masyarakat dan Empiris merupakan penelitian menggunakan fakta-fakta yang terukur dari gejala yang terjadi didalam masyarakat sebagai fenomena sosial yang terus berkembang yang kemudia di observasi untuk dianalisis secara ilmiah. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana penelitian ini merupakan penelitian hukum yang mengkaji hukum yang dikonsepskan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala social yang sifatnya tertulis (Muhaimin 2020, 88).

Berdasarkan pendekatan, jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan penyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penulis menggunakan jenis penelitian ini dengan mewawancari para pengguna program Tiktok *afiliasi* yang terdiri dari para pengguna Tiktok *afiliasi* lokal yaitu @dindaa02s, @ecchaayaang, @skipiwwgank @romiiii99 dan para *influencer* yaitu @muson_25, @vella_shvnrr, @House of Smith, @dvmrtha. Penulis memilih dua kategori ini karena pertama pengguna program Tiktok *afiliaisi* lokal cenderung menggunakan gaya konten yang melekat dengan keseharian dan budaya Masyarakat sekitar sehingga para penonton tertarik dengan khas bahasa, pembawaan dan gimmick yang dipakai. Kedua kategori *influencer* karena memiliki jangkauan yang luas terhadap para masyarakat serta berpengaruh didalam iklan atau promosi yang dilakukan, serta menggunakan gaya konten universal yang dimana semua kalangan dapat memahami gaya konten promosi nya.

1.1.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini mempunyai dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data sumber utama. Data primer diperoleh dari populasi pengguna aplikasi Tiktok di kota Padang yang kita ambil beberapa orang untuk sampel terhadap responden penelitian lapangan atau observasi yang berkaitan dengan topik penelitian (Adil et all. 2023, 42). Dalam penelitian ini menjadi data primer adalah para pengguna program Tiktok *afiliasi* di kota Padang.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh oleh para peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (Ahmad et all

2024, 64). Dalam penelitian ini menjadi data sekunder yaitu buku, jurnal, makalah ilmiah, kamus, ensiklopedi, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang bersumber dari bahan kepustakaan.

1.1.3 Teknik Pengumpulan

Data Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan 2 cara yakni:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Hasil dari wawancara akan ditentukan oleh kualitas dari beberapa faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut yaitu pewawancara, responden, informan, daftar pertanyaan, dan situasi wawancara. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara semi terstruktur, dimana pewawancara menyusun pertanyaan yang bertujuan untuk menuntun selama proses wawancara berlangsung. (Edi 2016, 26)

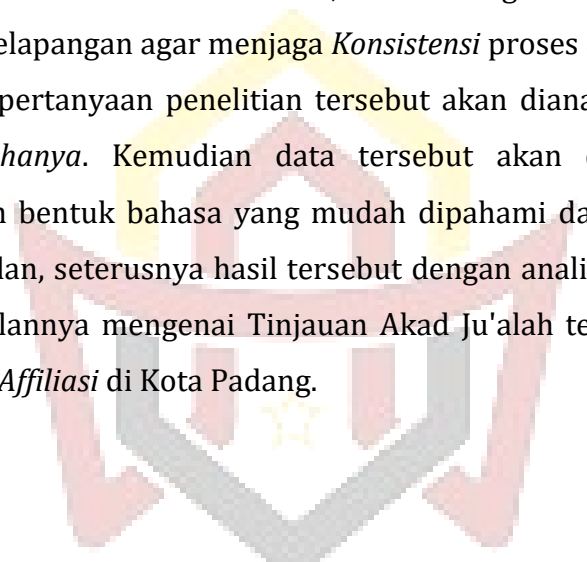
2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada subjek atau responden atau tempat dimana respon subjek atau responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-hari (Mardawani 2020, 59). Dalam hal ini, dokumentasi diperoleh dari surat-surat, catatan transkrip, dan dokumen lainnya. Dokumen ini digunakan untuk menyimpulkan data secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek untuk mendapatkan bukti lapangan terkait Pratik kemitraan usaha perternak ayam nagari bu

1.1.4 Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul baik itu data primer maupun sekunder kemudian dianalisis secara kualitatif. Di dalam mengambil sampel penulis

memakai teori Purposive sampling yaitu Teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti tentang sampel yang sesuai dan dianggap representatif. Dalam penelitian sebuah kualitatif, teknik analisis data banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data secara interaktif dengan proses data *reduction*, data *display*, dan *verivication* yang dilakukan secara berurutan (Sugiyono 18,294). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu yang menggambarkan permasalahan yang terjadi dilapangan sesuai faktanya. Analisis data yang dipakai adalah analisis data kualitatif, tentu dengan cara mendapatkan dengan terjun kelapangan agar menjaga *Konsistensi* proses *analisis* data maka masing-masing pertanyaan penelitian tersebut akan dianalisis satu persatu untuk ke *absahanya*. Kemudian data tersebut akan dijelaskan secara deskriptif dalam bentuk bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti dan ditarik kesimpulan, seterusnya hasil tersebut dengan analisis tersebut dapat ditarik kesimpulannya mengenai Tinjauan Akad Ju'alah terhadap Pengguna Program *Tiktok Afiliasi* di Kota Padang.



UIN IMAM BONJOL
PADANG